

La strategia aziendale Mail Express Poste Private S.r.l. è quella di perseguire la diffusione dei punti affiliati per raggiungere una buona capillarità sul territorio nazionale, in particolare l'obiettivo principale è quello di arrivare a 500 punti affiliati nei comuni con popolazione residente superiore a 20.000 abitanti.

Con il raggiungimento di tale quantità di punti affiliati sul territorio nazionale, l'obiettivo è quello di acquisire il 2% del mercato postale nel settore delle raccomandate, tenendo presente che la posizione dominante di Poste Italiane.

Per raggiungere questi traguardi il servizio deve essere promosso sul mercato di banche, grandi assicurazioni, enti pubblici, società di recupero crediti, società di leasing, gestori e distributori di servizi elettrici, telefonici e così via.

La direzione intende migliorare la sicurezza dei dati e delle informazioni non solo per garantire i servizi al cliente ma anche per assicurare la continuità operativa dei servizi, minimizzando i rischi per le informazioni, relativamente a minacce e vulnerabilità.

La direzione si impegna ad erogare i servizi nel pieno rispetto dell'ambiente e promuovendo la prevenzione dell'inquinamento, l'utilizzo di risorse sostenibili, la mitigazione e l'adattamento al cambiamento climatico e la protezione della biodiversità e degli ecosistemi.

Il nostro servizio è altamente qualificato e competitivo nel prezzo; per intensificare la rete e aumentare le vendite è intendimento della direzione completare l'offerta negli uffici Mail Express Poste Private con servizi finanziari di pagamento.

Si conferma la ricerca continua della completa soddisfazione dei clienti e degli utenti e la ricerca continua del miglioramento dell'organizzazione aziendale e delle prestazioni del sistema di gestione aziendale. Si dispone la pubblicazione del presente documento sul sito web aziendale www.mailexpress.it e il rilascio in copia a tutti coloro che ne facessero richiesta.

Mosciano Sant'Angelo, 2 gennaio 2018

La direzione
Bachisio Ledda