



www.ctt.pt

Os CTT assumem no seu desempenho diário o propósito de serem uma marca orientada para os clientes. Representando uma marca de grande visibilidade, próxima dos cidadãos, cuja missão empresarial é assegurar as ligações entre as pessoas, a Administração Pública, as empresas e as organizações em geral, os CTT dispõem de uma oferta de soluções globais no mundo das comunicações.

Valores da Marca

A experiência alargada de quase cinco séculos no mundo das comunicações, a fiabilidade na prestação dos serviços e a qualidade e simpatia da relação humana, são pontos de referência da presença da marca. À forte imagem de confiança, clara e amplamente reconhecida, assim como à solidez, idoneidade e "know-how" de sempre, a marca juntou novos valores na nossa actuação empresarial, como a modernidade e a conveniência. Ancorados nos valores de confiança e de proximidade que desde sempre constituíram património dos CTT, a marca continua a evoluir como resposta a um mundo cada vez mais digital.

Produtos e Desenvolvimentos Futuros

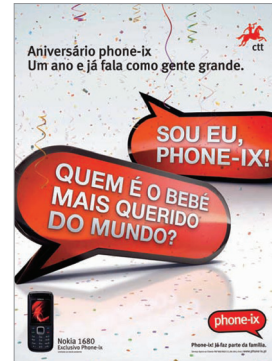
Num cenário de grandes desafios, os CTT e as Empresas do Grupo – CTT Expresso, PayShop, PostContacto, Mailtec, EAD, Tourline Express – asseguram um conjunto de serviços e produtos cada vez mais diversificado. No mundo actual, quer seja a nível individual ou empresarial, tudo é mais rápido e mais imediato e os CTT têm vindo a responder às necessidades resultantes dessa evolução, criando cada vez mais soluções – digitais e tecnológicas – que permitam às empresas e aos cidadãos terem respostas facilitadoras, no estreitar das suas relações com os outros. Na área da Gestão Documental, através da EAD, os CTT disponibilizam uma gama de serviços focalizados na custódia

de arquivos físicos, disponíveis para consulta, com rapidez e segurança, quer digital, quer física. Com o "mailmanager" – um serviço de gestão de correio que organiza, trata e transforma toda a correspondência física das empresas em formato digital – foi dado um passo em frente na gestão do correio empresarial. A ViaCTT, por seu lado, tem-se revelado de grande utilidade para empresas e particulares e é uma solução tecnologicamente avançada que desmaterializa o correio, organizando e

facilitando a relação com a correspondência. A ligação entre os produtos tradicionais da área postal e as novas tecnologias têm maior representação nos novos produtos "meuselo" e o "meupostal". Agora é possível ter a criatividade e personalização na correspondência pessoal ou empresarial, com imagens e mensagens à escolha, em serviço on-line. Também sem sair de casa, pode-se hoje em dia comprar selos, envelopes pré-pagos, produtos de filatelia, telemóveis, livros, CD, DVD e muitos outros

produtos de grande utilidade, através da loja virtual dos CTT, ou simplesmente comprar bilhetes para espectáculos na bilheteira on-line, existente em www.ctt.pt. No âmbito da diversificação de negócios que a Empresa tem perseguido, não se pode deixar de referir a celebração do primeiro ano de actividade dos CTT como operador móvel virtual, no mercado nacional de telecomunicações, através do Phone-ix, ou a cada vez mais diversificada e alargada rede Payshop, onde milhões de portugueses pagam as suas contas de casa, carregam o telemóvel e adquirem títulos de transporte.

Na preocupação constante com os seus clientes e nas suas necessidades específicas, os CTT procuram continuamente soluções para robustecer a oferta, no reforço e impulso na área da comunicação publicitária – na georeferenciação e na recolha e tratamento de base de dados, em serviços na área de logística, de gestão documental, de serviços digitais e de proximidade e do sector financeiro.



Mercado

Os CTT operam no mercado das comunicações, onde se situa o seu "core business", e também noutros sectores de actividade. Na publicidade, apresentando-se como meio alternativo para divulgar, promover e vender produtos e serviços. Na logística, apresentando soluções integradas e completas, tanto na produção e tratamento de correio, como no transporte e entrega de mercadorias. Na produção e gestão de documentos (incorporando o "finishing" ou actividades de computação gráfica) e no correio híbrido (recorrendo às mais modernas tecnologias de informação). No mercado financeiro, com uma oferta alargada de produtos e serviços. Nas telecomunicações, enquanto operador móvel virtual. Nos serviços electrónicos, disponibilizando a ViaCTT, a marca de dia electrónica, a certificação de documentos, entre outros. No mercado internacional, através da sua presença em Espanha e do progressivo alargamento da sua área de influência ao mundo lusófono e à Europa de Leste.

Comunicação

A comunicação deste novo mundo dos CTT, que passa pela inovação e introdução de novas tecnologias e pela diversificação dos negócios, tem sido o "objecto" das campanhas de comunicação que a empresa tem levado a efeito. A campanha "Um novo mundo na sua Estação de Correios", é um projecto dos CTT que visa estabelecer um clima de proximidade, interactividade e envolvimento emocional com a marca, no sentido de aproximar a marca da população, transmitindo uma imagem inovadora, flexível, moderna e com novos produtos e serviços. Tem como palco as Estações de Correios, porque representam o ponto de contacto privilegiado da marca CTT junto da comunidade em que se insere e pela ênfase



Mercado

à proximidade dos cidadãos. O público infantil merece também especial atenção na comunicação da marca. O programa "Onde te leva a imaginação?" criado em parceria com o Plano Nacional de Leitura do Ministério da Educação, tem por principal objectivo levar as crianças a ter gosto pela leitura e pela escrita. Foi delineada toda uma estratégia de comunicação para o público-alvo infantil, assente numa imagem coerente constituída por um universo gráfico próprio, de cores e padrões que constituem o manual de comunicação visual infantil da marca.

Vantagens Competitivas

A imagem da marca CTT assenta num capital de confiança muito grande, de uma empresa que actua em todo o território nacional, com reconhecida idoneidade e que é profundamente conhecida da sua realidade, pela proximidade e ligação ao dia-a-dia do país e dos cidadãos.



Factos que desconhece

São perto de 400 mil as visitas realizadas, por mês, ao endereço www.ctt.pt.

Os CTT fazem gratuitamente a ponte entre os cidadãos e um conjunto de instituições de solidariedade social, no âmbito do projecto de luta contra a pobreza e exclusão social, até Agosto de 2009, disponível em todas as Estações de Correios.

Participaram no programa "Onde te leva a imaginação?", uma parceria dos CTT com o Plano Nacional de Leitura, na edição de 2007-2008, 22.580 alunos, representando 561 escolas a nível nacional.

O Phone-ix – primeiro operador móvel virtual no mercado nacional (MVNO), completou o seu primeiro ano integral de actividade com a realização de mais de 120 mil vendas de produtos Phone-ix, ao longo deste período.

Este seu mundo vai continuar a evoluir e, a exemplo do que fez no passado, os CTT continuarão a evoluir com ele e irão cada vez mais longe nas suas soluções, assumindo-se, cada vez mais, como uma empresa socialmente responsável e com um conjunto de compromissos face ao desenvolvimento sustentável na comunidade em que se insere.

2004

O ano de 2004 é marcado pelo "rebranding" dos CTT, que marca um novo posicionamento da Empresa.

2006

É lançado o serviço ViaCTT, uma caixa de correio electrónica gratuita que permite receber, organizar e arquivar toda a correspondência em formato digital.

2007

Em Novembro é lançado o Phone-ix, o primeiro operador móvel virtual de telecomunicações, auferindo da imagem de confiança dos CTT. Foi criado o "meuselo" um selo personalizado, ideal para comemorar datas ou acontecimentos especiais.

2008

Lançamento do "mailmanager" – um serviço que agrega a digitalização, catalogação, captura de informação e tratamento de todo o correio e dos documentos recebidos. Surge o "meupostal" – envio de uma imagem personalizada on-line, com entrega em mão aos destinatários.