

## שירות מספר 5 - ערך מוסף לדואר ולהעברתו

### 1. רקע

- 1.1.** דואר ישראל מבקש לפעול במספר תחומים, אשר יהוו שירותי ערך מוסף לדואר ולהעברתו:
- 1.1.1.** שירותי טיוב ועדכון מענים ורשימות תפוצה.
  - 1.1.2.** שירותי איתור ועידכון כתובות.
  - 1.1.3.** טיפול פיסי בדואר חוזר.
  - 1.1.4.** מאגר מענים ונמענים.
  - 1.1.5.** מסירת מידע לשולחים או לנמענים אודות מצבו של דבר הדואר.
- 1.2.** מאגר המענים והנמענים המעודכן יהיה זמין לכל לקוח תמורת תשלום. דואר ישראל יקבע את התנאים המסחריים לשירות. התעריפים שייקבע מנכ"ל דואר ישראל כמקובל לגבי שירותים ומוצרים הנמצאים בתחרות מלאה, יהיו סבירים, הוגנים וללא אפליה בין לקוחות.

### 2. מהות השירותים

#### 2.1 שירותי טיוב ועידכון מענים ורשימות תפוצה

- 2.1.1.** בשלב הכנת הקבצים לקראת מבצע דיור, יעבירו הלקוחות את רשימות התפוצה שברשותם לדואר ישראל, אשר יבצע את הפעולות הבאות על פי דרישת הלקוח:
- 2.1.1.1.** בדיקת תקינות קבצי הלקוח - קליטת הקבצים, הפרדה בין שדות, בדיקה ראשונית לגבי נכונות הכתובת: עיר, רחוב, מיקוד. בדיקת שמות: קיום שם ושם משפחה. בדיקה אם רשימות התפוצה מאפשרות ביצוע ההליך התפעולי מיון וחלוקה.
  - 2.1.1.2.** סימון כפולים - ניכוי מאגר המידע מרשומות כפולות.
  - 2.1.1.3.** סימון "שגויים" - רשומות לא ראויות לדיור.
  - 2.1.1.4.** סימון חסרי מיקוד/מיקוד שגוי.
  - 2.1.1.5.** ביצוע השתלת מיקוד: אוטומטי, אוטומטי למחצה וידני. [-----].
  - 2.1.1.6.** סימון הנמענים בקובץ מהם חזר דואר.
  - 2.1.1.7.** עדכון קבצי הלקוח - עריכת ניפויים ועידכונים בהתאם לבדיקת הדואר החוזר, וע"פ ניתוח מסקנות הניתוח של סיבות החוזר.
  - 2.1.1.8.** השבחה של מאגר המידע ע"י הוצאת כל הכתובות השגויות, וסימון כתובות מהן חזר דואר - כדואר שגוי, איחוד כרטיסי לקוח וכו'.
- 2.2.** השירותים המפורטים לעיל יינתנו באופן מודולארי וייתפרו באופן ייחודי בהתאם לצורכי הלקוח.

## **2.3. שירותי איתור ועידכון כתובות**

**2.3.1.** שירותי האיתור והעדכון יתבססו בטווח הקצר על שימוש ברשימות הנמענים ששינו כתובות - מקובץ דואר עוקב (הפניות דואר), אשר הודיעו על כך לדואר ישראל והסכימו כי החברה תעשה שימוש במידע זה, במטרה לעדכן כתובות. אישור למתן שירות זה ניתן לרשות הדואר ע"י שרת התקשורת ב-1996.

### **2.3.2. האיתור יבוצע במספר דרכים כמפורט להלן:**

**2.3.2.1. עדכון מאגר המידע של הלקוח, השוואה מול קובץ "דואר עוקב" -** סימון כל הנמענים אשר שינו כתובת. דהיינו ע"פ דרישת הלקוח יתאפשר עדכון המאגר בכתובות חדשות של כל הלקוחות שהצטרפו לשירות "דואר עוקב", ולא הביעו התנגדות כי דואר ישראל יעדכן את כתובתם.

**2.3.2.2. מכירת רשימות תפוצה קובץ "דואר עוקב" -** החברה מעוניינת לאפשר לה מכירת רשימות תפוצה למדוורים, הכוללת את משני הכתובת, כפי שמופיעים במאגר הדואר העוקב, וזאת במטרה להגדיל את שיעור האיתור של נמענים. מכירת הרשימות תעשה באופן חד-פעמי או כמנויים אחת לתקופה.

**2.3.2.3. איתור נמענים -** בדיקת הימצאות הלקוח בכתובת. החזרת דואר למחלקות הדוורים לשם ביצוע חיפוש הנמען.

**2.3.2.4. איתור מלא של מענים ונמענים -** ללקוח תינתן אפשרות לבצע ניסיונות איתור נוספים הכוללים:

**2.3.2.4.1.** השוואה מול מאגרי מידע קיימים - אופציה לרכישת קובץ בזק/קובץ משרד הפנים.

**2.3.2.4.2.** ביצוע מהלכי חיפוש חצי-אוטומטי של הנמען.

**2.3.2.4.3.** איתור טלפוני של לקוחות - מתן שירות איתור טלפוני של הימצאות הנמען בכתובת הרשומה. קבלת מס' הטלפון של הלקוחות מהחברה המדוורת, וביצוע השלמת מספרי טלפון בהתאם לצורך.

**2.3.2.4.4.** איתור פיזי של הנמען באמצעות הדוור.

## **2.4. טיפול פיסי בדואר חוזר**

**2.4.1.** מתן שירותי בדיקה וטיפול בדואר אותו לא הצליחה החברה לחלק. אימות מדגמי של הדואר החוזר, כולל בדיקה מדגמית של חותמות סיבת אי המסירה וכולל פעילות מול מנהלים במרחבים (בתי דואר וכו').

**2.4.2.** בדיקה השוואתית בין הכמות שנשלחה לכל יישוב לבין כמות הדואר החוזר. בדיקה "לומדת" של הרגלי המשלוח של הלקוח, והצפי הרלוונטי לדואר חוזר, בהתייחס לקבצי הלקוח ומידת העידכון שלהם.

**2.4.3.** סריקה של הברקוד המצוי ע"ג מעטפות הדואר החוזר של הלקוח, הקלדה של סיבת אי המסירה ויצירת קובץ דואר חוזר, הכולל סיבות אי מסירה, העברת הקובץ חזרה ללקוח באופן שיאפשר קליטה אצל הלקוח.

**2.4.4.** מתן שירותי הקלדה של פרטי נמען במקרים בהם לא התאפשרה סריקה באמצעות בר-קוד.

**2.4.5.** מתן דו"ח ללקוח.

2.4.6. מתן שירותים משלימים הכוללים: מיון החומר החוזר ללקוח למספר אתרים, עיטוף מחדש ומשלוח הצרופות, ביעור של החומר ע"פ דרישת הלקוח, וכו'.

## **2.5. הקמת מאגר מענים ונמענים**

2.5.1. מדובר בהקמת מאגר מענים ונמענים אשר יהווה את ליבו של מערך שליטת דואר ישראל בכל הידע הנדרש והקשור לכתובת היחידה תקינותה והנמען הגר בכתובת זו, בדומה לקובץ מס' הטלפון הקיים בבזק. מאגר זה ישמש את החברה בפעילותה השוטפת לחלוקת דואר, וכערך מוסף. החברה מעוניינת לאפשר ללקוחות ליהנות מתוצרי המאגר.

2.5.2. מאגר המידע של מענים ונמענים יאפשר עדכוני מען בזמן אמיתי. המאגרים הללו יאפשרו שיפור השירות ללקוח, בכך שדבר הדואר יגיע ליעדו הנכון במהירות וביעילות.

2.5.3. כחלק מתוצרי המאגר החברה תספק ללקוחות מידע גיאופיסי הכולל: רשימות מענים ונמענים ברמה ארצית, מקומית או בכל חתך אחר שידרש, וכן מידע תשתיתי כגון: מידע על כמות בתי אב באיזור מסויים, כמות בתי העסק וכו', וכן תמכור רשימות תפוצה.

2.5.4. מכירת רשימות נמענים לקהלי יעד רלוונטיים, באופן חד פעמי ועל בסיס שימוש קבוע במאגר המידע.

2.5.5. את השירותים ניתן לספק ללקוח על בסיס חד-פעמי או מתמשך, בדומה לאופן שבו מסופקים מאגרי מידע מסחריים (לדוגמא: מאגר החברות של D&B ללקוחות. המידע מסופק ללקוח על גבי מדיה מגנטית או בקובץ, ובמיני אתר ייעודי באינטרנט.

2.5.6. מאגרי המידע יתנהלו על פי הכללים שנקבעו בחוק הגנת הפרטיות תוך הפעלת אמצעי מיגון אשר יבטיחו שהמידע לא יגיע לידיים לא רצויות, בטכנולוגיה ובידע לאבטחת מאגרי מידע הקיימים בשוק, ופועלים באופן משביע רצון בשורה של חברות דיור ומידע.

## **2.6. מסירת מידע לשולח או לנמען על מצב ההעברה של דבר הדואר**

2.6.1. נוכח השימוש בטכנולוגיות מתקדמות, המאפשרות לחברת דואר ישראל לנטר דברי דואר בשלבי העברתם השונים (חלקם, או כולם) ונוכח האפשרות לעשות שימוש בתשתיות תקשורת כגון: המרשתת (רשת האינטרנט) ותשתיות הטלפוניה הניידת (סלולאר) כדי להעמיד מידע זה גם לרשות השולח, או הנמען, על פי בקשתם, בכוונתה של חברת דואר ישראל לפתח שירותים של העברת מידע זה ללקוחות המעוניינים בכך באמצעים אלקטרוניים.

2.6.2. מודגש בזאת כי תימשך העברתו של כל מידע המתחייב מכללי השירותי הקיימים והמועבר אל השולח או אל הנמען ממילא, באמצעים הקיימים, כגון: הודעה על דבר דואר אשר הגיע לנמען והזמנתו לקבלו ביחידת דואר, או אישור מסירה של דבר דואר רשום, וזאת במחיר השירות הקיים, ללא כל שינוי.

2.6.3. השירותים החדשים האמורים יאפשרו אחת מהשתיים: העברת המידע הנמסר גם כיום לשולח או לנמען באמצעי נוסף על האמצעים הקיימים ולא במקומם; או - העברת מידע נוסף על המידע המועבר כיום.

2.6.4. [-----]

2.6.4.1. [-----]

2.6.4.2. [-----]

2.6.4.3. [-----]

2.6.4.4. [-----]

2.6.4.5. [-----]

## 2.7. כדאיות השירותים:

2.7.1. דואר ישראל: שיפור השירות ללקוח, חסכון בעלויות, וביסוס תשתית להרחבת השימוש בדיוור ישיר ובשירותי הניטור.

### 2.7.2. ללקוח:

2.7.2.1. המטרה הראשונה והחשובה, במתן שירותי הטיוב, והעדכון והטיפול בדואר החוזר, הינה העלאת איכות חלוקת הדואר, בעצם ההכנה הנכונה והיעילה של קבצי הלקוח למשלוח. יגדל שיעור המסירה של ד"ד ללקוח, יקטנו כמויות הדואר החוזר, ותעלה שביעות הרצון של הלקוח מהשירות הניתן בדואר ישראל.

2.7.2.2. [-----]

2.7.2.3. מזה שנים, קיימת דרישה בשוק למאגר מענים ונמענים לאומי, אשר יעודכן ויתחזק באופן שוטף, על מנת להגביר את אפקטיביות הדיוור. [-----]

2.7.2.4. [-----]

2.7.2.5. מתן שירותי מידע מסוג הנזכר לעיל, ישפר באופן ניכר את תשתיות הדיוור הישיר במדינת ישראל ויסייע לכל הגורמים המדוורים בביצוע הדיוור והגברת היקפו.

2.7.2.6. התועלת ללקוח מקבלת שירותי מידע על מצב דבר הדואר היא ברורה: קבלת מידע מהיר, זמין ונגיש, הישר אל הטלפון הנייד, או המחשב האישי, על מצב דבר הדואר וכן קבלת מידע אשר כיום אינו ניתן באמצעים הפיזיים הקיימים.

## 3. תיאור השוק

### 3.1. מתחרים

3.1.1. חלק מן השירותים שפורטו לעיל ניתנים כיום באמצעות מספר חברות בתחום השיווק הישיר, מאגרי המידע וכריית המידע, ובאופן חלקי בחברות המתמחות בהפקת דואר ועיטוף. שירות איתור הנמען,

3.1.2. [-----]

3.1.3. השירותים הפיזיים לבדיקת דואר חוזר מתבצעים ע"י חברות ההפקה והעיטוף: אורדע פרינט, אוניה-שפירא, דפוס בארי וכו'. חלקם ניתנים כשירות ללקוח, וחלקם, כשירות נוסף, עליו נגבה תשלום, וזאת בהתאם לערך הלקוח, הפוטנציאל שלו וצרכיו המיוחדים.

3.1.4. שירותי תקנון ואיתור ניתנים בעיקר ע"י חברות בסדר גודל קטן עד בינוני.

3.1.4.1. [-----]

3.1.4.2. [-----]

3.1.4.3. [-----]

#### **4. מתווה השירות**

4.1. החברה תבחן את אופן מתן השירות, כשהחלופות המרכזיות הינן: ביצוע השירות באורח עצמי ("IN-HOUSE"), על יד הקמת יחידה מיוחדת, או באמצעות ביצוע השירות במיקור חוץ ("OUTSOURCING") מלא או חלקי.

#### **4.2. מוקד שירות וטיפול בפניות ציבור**

4.2.1. השירותים לעיל ינתנו בעיקר ללקוחות גדולים. אי לכך, עיקר השירות והטיפול בפניות יתבצע באמצעות מנהלי לקוח וכן במסגרת מוקד שירות הלקוחות של החברה וכן ע"י מנהל הפרוייקט.

#### **5. השפעת האספקה של השירות על שירותים אחרים**

5.1. חלק מן השירותים ניתן כבר היום בקנה מידה קטן שלא על בסיס מסחרי. קיומן של תשתיות ידע וכח אדם מתמחה, מאפשר מעבר חלק יחסי ללא השפעה מהותית על שירותים אחרים.

#### **6. אומדן של העלויות הכרוכות בפיתוח השירות ובאספקתו**

6.1. [-----]

#### **7. אומדן של תעריף השירות**

7.1. התימחור בשיטת COST+, תוך "תפירת" הפתרון הייחודי לכל לקוח על פי צרכיו תוך בחינת מחירי השוק בשירותים השונים.

7.2. להלן אומדנים למחירי שוק:

7.2.1. [-----]

7.2.2. [-----]

7.2.3. [-----]

7.2.4. [-----]

#### **8. ארגוני דואר זרים בהם מסופק השירות ומתכונת אספקתו**

8.1. היות ומדובר בשירותים משלימים ואסטרטגיים לארגוני דואר, הרי שהשירות ניתן בתמהיל זה או אחר בכל ארגוני הדואר במערב אירופה וארה"ב, אוסטרליה וקנדה.

8.2. מתכונת השירות שואפת בדרך כלל לאספקת חבילת שירותים מלאה - טיוב, עדכון, בניית רשימות תפוצה עפ"י משתני איפיון שונים.