

Автор: Russian Washington
22 Марта, 2012 -



Убытки почтового ведомства США (USPS) с 2008 года составили в общей сложности более 20 миллиардов долларов. USPS закрыла около 200 отделений, отказалась от доставки почты по субботам и сократила 7,5 тысячи рабочих мест. Но не ограничилась только этими радикальными мерами.

USPS призвала мелкие компании рассылать побольше прямой рекламы своих услуг. Подобные почтовые отправления часто называют «мусорной» почтой, или макулатурой. В апреле прошлого года USPS запустила специальный проект Every Door Direct Mail, с помощью которого клиенты почты могут в онлайне создавать рекламные объявления.

Отправка одного такого объявления обойдется клиенту в 14,5 цента. С апреля по декабрь 2011 года выручка почты от программы составила 153 миллиона долларов, а в течение 2012 года USPS рассчитывает заработать 750-800 миллионов долларов.