

PATVIRTINTA

Akcinės bendrovės Lietuvos pašto valdybos
2024 m. lapkričio 20 d. nutarimu Nr. 15-46

STRATEGINĖS KOMUNIKACIJOS POLITIKA

Versija 2

Įsigalioja nuo 2024-11-20

POLICY OF STRATEGIC COMMUNICATION

Politikos savininkas: Komunikacijos ir rinkodaros departamentas

Tikslas:	Strateginės komunikacijos politikos tikslas – užtikrinti nuoseklią ir efektyvią Bendrovės komunikacijos sklaidą, stiprinti reputaciją ir įvaizdį bei palaikyti ryšius su tikslinėmis auditorijomis siekiant ilgalaikių Bendrovės strateginių tikslų.
Taikymo apimtis:	Visiems Bendrovės padaliniams.

I. BENDROSIOS NUOSTATOS	3
II. SĄVOKOS IR SANTRUMPOS.....	3
III. STRATEGINIS KOMUNIKACIJOS POLITIKOS NUOSTATŲ ĮGYVENDINIMAS.....	3
IV. STRATEGINĖS KOMUNIKACIJOS PRINCIPAI.....	3
V. STRATEGINĖS KOMUNIKACIJOS TIKSLAI.....	4
VI. KOMUNIKACIJOS BŪDAI IR KANALAI.....	5
VII. PAGRINDINĖS KOMUNIKACIJOS TEMŲ KRYPTYS.....	5
VIII. ĮVAIZDŽIO ATSTOVAI.....	6
IX. TIKSLINĖS AUDITORIJOS.....	7
X. DARNAUS VYSTYMO SI ATSAKOMYBĖ.....	7
XI. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS.....	8

DOKUMENTO ISTORIJA

Pasirašymo data	Versija	Esminis dokumento keitimo aprašymas	Dokumento savininkas	Dokumento rengėjas
2024-11-21	2	Dokumentas peržiūrėtas ir papildytas atnaujintu Bendrovės įvaizdžio atstovų sąrašu, papildytos ir koreguotos strateginės komunikacijos temų kryptys, praplėstos tikslinės auditorijos.	Komunikacijos ir rinkodaros departamentas	Komunikacijos ir rinkodaros departamento vadovas
2022-07-27	1	Dokumento tikslas – apibrėžti strateginės komunikacijos sritis ir principus, kuriais vadovaujantis būtų kuriama ir plėtojama Bendrovės komunikacija su suinteresuotomis tikslinėmis auditorijomis. Taip pat dokumentas apima komunikacijos būdus ir kanalus, pagrindines komunikacijos temų kryptis ir Bendrovės įvaizdžio atstovų sąrašą.	Komunikacijos departamentas	Komunikacijos departamento vadovas

I. BENDROSIS NUOSTATOS

1. Akcinės bendrovės Lietuvos paštas (toliau - Bendrovė) strateginės komunikacijos politikoje yra nustatyti komunikacijos politikos tikslai, principai, kanalai, kryptys, įvaizdžio atstovai ir tikslinės auditorijos.

2. Doma. Lietuvos pašto strateginės komunikacijos politika prisideda prie Bendrovės strategijos, vizijos ir misijos įgyvendinimo.

3. Šio dokumento nuostatos yra taikomos visiems Bendrovės struktūriniais padaliniais bei darbuotojams, kurie tiesiogiai susiję su išorinės ir vidinės komunikacijos sklandžiu vykdymu.

II. SĄVOKOS IR SANTRUMPOS

4. Šioje *Politikoje* naudojamos sąvokos ir santrumpos

Išorės komunikacija	komunikacija, kuri yra skirta ir vykdoma išorės tikslinėms auditorijoms
Skaitmeninė komunikacija	komunikacija, kuri yra skirta ir vykdoma skaitmeniniais kanalais (oficiali įmonės svetainė www.post.lt , www.lietuvospastas.lt , socialiniai tinklai, skaitmeninės programėlės ir pan.)
Skaitmeninės žiniasklaidos priemonės	naujienų portalai, tinklaraščiai ir pan.
Socialinės žiniasklaidos priemonės	socialiniai tinklai (Facebook, LinkedIn, Instagram ir t.t.)
Tradicinės žiniasklaidos priemonės	dienraščiai, savaitraščiai, žurnalai, laikraščiai, televizija, radijas, lauko reklama ir pan.
Vidinė komunikacija	komunikacija skirta Bendrovės darbuotojams

III. STRATEGINĖS KOMUNIKACIJOS POLITIKOS NUOSTATŲ ĮGYVENDINIMAS

5. Lietuvos pašto strateginės komunikacijos politikos nuostatus formuoja, įgyvendina ir prižiūri Lietuvos pašto komunikacijos ir rinkodaros departamentas (KRD).

6. Vykdamas komunikaciją pagal poreikį dalyvauja visi Bendrovės struktūriniai padaliniai, kurie:

6.1. pagal kompetenciją teikia KRD medžiagą, reikalingą vidaus ir išorės komunikacijai;

6.2. pagal poreikį tiesiogiai dalyvauja kuriant ir įgyvendinant konkrečias strateginės komunikacijos žinutes ir kampanijas.

7. KRD kiekvienų metų pradžioje suformuoja išorės ir vidaus komunikacijos planą, kuris yra pagrindinis departamento veiklos dokumentas. Planas yra rengiamas, bendradarbiaujant su kitais Bendrovės struktūriniais padaliniais. Planas nuolat yra peržiūrimas, atsirandant naujiems projektams, naujienoms bei pokyčiams.

IV. STRATEGINĖS KOMUNIKACIJOS PRINCIPAI

8. Lietuvos paštas, įgyvendindamas strateginės komunikacijos politiką remiasi gerosios valdysenos principais apibrėžiamais strateginės komunikacijos politikoje. Bendrieji strateginės komunikacijos politikos principai yra susiję su proaktyvios, efektyvios ir nuoseklios komunikacijos sklaida tiek įmonės viduje, tiek išorėje. Šie principai užtikrina, kad įmonės informacija yra aiškiai

suprantama, patikima, skaidri ir prieinama. Pagrindiniai korporatyvinės komunikacijos politikos principai apima:

8.1. **Patikimumą.** Patikimumo principas reiškia, kad įmonė nuosekliai teikia teisingą, aktualią ir operatyvią informaciją. Patikima komunikacija padeda kurti, puoselėti ir palaikyti ilgalaikius santykius su suinteresuotosiomis šalimis bei išlaikyti teigiamą bendrovės reputaciją. Šis principas taip pat apima komunikacijos nuoseklumą, atvirumą, viešinamos informacijos operatyvumą bei aukštą verslo etikos ir įsipareigojimų bei standartų laikymąsi;

8.2. **Tikrumą.** Tikrumo principas reiškia, kad įmonės komunikacija yra autentiška ir sąžininga. Tikrumas padeda organizacijai sukurti nuoširdų, patikimą ir pasitikėjimu grįstą ryšį su tikslinėmis auditorijomis. Tikrumo principo taikymas reikalauja skaidraus ir suprantamo informacijos pateikimo komunikacijoje, kuri pilnai atitinka įmonės vertybes ir misiją. Taip pat šis principas apima: autentiško įmonės įvaizdžio formavimą, nuoseklią vertybių komunikaciją, aiškų ir paprastą bendravimo stilių, sklandų dialogą ir grįžtamąjį ryšį su suinteresuotomis šalimis, atvirą ir skaidrią informaciją apie įmonės vykdomą veiklą, ilgalaikių, pasitikėjimu grįstų santykių su klientais ir partneriais bei visomis suinteresuotomis šalimis kūrimą;

8.3. **Skaidrumą ir prieinamumą.** Skaidrumo principas reiškia, kad įmonė aiškiai ir atvirai dalijasi informacija su suinteresuotosiomis šalimis, nepaisant to, ar ta informacija yra teigiama, ar neigiama. Tai reiškia, kad visa informacija, kuri yra viešinama tiek viduje, tiek išorėje yra teisinga, pagrįsta realiais skaičiais arba faktais. Tokia komunikacija rodo atsakingą požiūrį bei stiprina įmonės įvaizdį tiek viduje, tiek išorėje. Taip pat šis principas apima: atvirą informacijos sklaidą, skaidrumą komunikuojant apie sprendimų priėmimo procesus, finansinę veiklą ir veiklos rezultatus, rizikas ir problemas, pateikiamos informacijos operatyvumą, atskaitomybę už klaidas ir reguliariai pateikimą ir atnaujinamą informaciją;

8.4. **Atsakomybę.** Atsakomybės principas reiškia, kad Bendrovė prisiima atsakomybę už savo komunikuojamas žinutes ir veiksmus. Tai padeda formuoti sąžiningą ir etišką organizacijos įvaizdį, užtikrinti atvirą, skaidrią ir patikimą informacijos sklaidą išorėje. Be to, atsakomybės principas padeda formuoti įgalinančią bendrovės vidinę kultūrą, kurioje darbuotojai jaučia didesnę įsipareigojimą bei atsakomybę už kasdienėje veikloje priimamus sprendimus.

8.5. **Nuoseklumą ir vieno balso komunikaciją.** Nuoseklumo principas reiškia, kad informacija, kuri yra viešinama Lietuvos pašto vardu yra oficiali Bendrovės pozicija. Įmonės darbuotojai turi nuosekliai laikytis oficialiosios Lietuvos pašto pozicijos. Darbuotojai negali oficialiai reikšti savo asmeninės nuomonės apie Bendrovės veiklą ir vykstančius procesus visuomenės informavimo priemonėse.

V. STRATEGINĖS KOMUNIKACIJOS TIKSLAI

9. Pagrindiniai vidinės ir išorinės komunikacijos tikslai yra šie:

9.1. vykdyti proaktyvią komunikaciją ir formuoti išorinės ir vidinės komunikacijos temas laikantis Bendrovės strategijoje įtvirtintų strateginių kryptių, didinti visuomenės pasitikėjimą ir supratimą apie įmonės veiklą ir pašto veiklos principus, įmonės valdymą, misiją, viziją ir vertybes;

9.2. užtikrinti Bendrovės veiklos matomumą ir skaidrumą, didinti visuomenės pasitikėjimą Bendrove, pateikiant teisingą ir skaidrią informaciją. Informuoti tikslines grupes (išorines ir vidines) apie įmonės naujienas, vykstančius pokyčius, paaiškinti jų svarbą ir naudą. Išlaikyti operatyvią reakciją (responsiveness) į viešojoje ir neviešojoje erdvėje kylančius iššūkius;

9.3. tikslingai formuoti patikimą ir teigiamą įmonės įvaizdį visoms suinteresuotoms šalims, vykdant kryptingą komunikaciją bei siekiant formuoti ir puoselėti teigiamą bendrovės reputaciją tarp visų tikslinių grupių.

9.4. pasiekti tikslines auditorijas, naudojant skirtingus komunikacijos kanalus bei formas, pvz. tradicinę žiniasklaidą, skaitmeninę žiniasklaidą, vidinius ir išorinius renginius, įvairių formatų vizualinę medžiagą ir pan.

VI. KOMUNIKACIJOS BŪDAI IR KANALAI

10. Lietuvos pašto įmonių grupės komunikacijos būdai:

10.1. proaktyvioji komunikacija – inicijuojant Bendrovės naujienų sklaidą, vykdant įvairias komunikacines kampanijas, siekiant įgyvendinti Lietuvos pašto korporatyvinės komunikacijos tikslus ir įmonės strategijos siekius;

10.2. reaktyvioji komunikacija – reaguojant į paklausimus, viešumoje kylančias temas, aktualijas, kurios susijusios su Lietuvos pašto vykdoma veikla;

10.3. santykių su suinteresuotomis šalimis kūrimas ir palaikymas – kryptingai kuriant ilgalaikius dalykiškus santykius su tikslinėmis auditorijomis.

11. Bendrovės strateginės komunikacijos viešinimo kanalai yra skirstomi į:

11.1. išorinės komunikacijos kanalus, kurie apima tradicinės žiniasklaidos priemones, skaitmeninės ir socialinės žiniasklaidos priemones, įvairias skaitmenines platformas (įmonės svetainę, mobiliąsias programėles ir pan.), įvairaus formato išorinius renginius, integruotas viešųjų ryšių kampanijas, socialinės atsakomybės kampanijas;

11.2. vidinės komunikacijos kanalus, kurie apima intranetą, vidinį įmonės spausdintą leidinį, kas savaitinius naujienlaiškius elektroniniu paštu, vidinius mokymus, korporatyvinius vidinius renginius, tiesioginę komunikaciją.

VII. PAGRINDINĖS KOMUNIKACIJOS TEMŲ KRYPTYS

12. Bendrovės strateginės komunikacijos temos siejamos su jos veiklos strateginėmis kryptimis ir tikslais. Strateginės komunikacijos politikoje pateikiamos pagrindinės komunikuojamų temų grupės, tačiau tai nebaigtinis sąrašas galintis kisti, priklausomai nuo pašto rinkose vyraujančių tendencijų, situacijų ir konkurentų viešai atliekamų veiksmų:

12.1. įmonės strategija, struktūriniai pokyčiai, darbuotojai ir darbo sąlygos;

12.2. finansiniai rezultatai, investicijos, esminės stambios naujos veiklos,

12.3. strateginės naujos rinkos, verslo plėtra, nekilnojamas turtas;

12.4. strateginiai Bendrovės projektai;

12.5. pokyčiai, kurie paliečia tiek vidines, tiek išorės tikslines grupes;

12.6. tarifai, kainos, produktai ir paslaugos, rinkos tyrimai, rinkos vertinimas;

12.7. klientų patirties gerinimas ir aptarnavimo kokybė;

12.8. mažmena, kasdieninė paštų skyrių ir pašto darbuotojų veikla, mobiliųjų laiškinių teikiamos paslaugos, prenumerata;

12.9. paštomatų veikla ir paslaugos, kurjerių paslaugos;

12.10. ekspertinės komunikacijos stiprinimas, geroji praktika;

- 12.11. darbdavio įvaizdis, socialinės iniciatyvos, darnus vystymasis ir kita veikla;
 12.12. sauga ir prevencija, krizių komunikacija;
 12.13. filatelija: pašto ženklų leidyba, metiniai rinkiniai, asmeniniai pašto ženklai.

VIII. ĮVAIZDŽIO ATSTOVAI

13. Siekiant nuoseklios ir tikslingos Lietuvos pašto komunikacijos yra paskirti atsakingi Bendrovės įvaizdžio atstovai, kurie daugiausia komunikuoja ir komentuoja viešojoje erdvėje.

Įvaizdžio atstovai ir jiems priskirtos temos:

Atstovas	Temos
Valdybos pirmininkas	<ul style="list-style-type: none"> • Bendrovės strategija. • Didelės apimties investicijos ir kiti su valdybos veikla susiję klausimai.
Generalinis direktorius	<ul style="list-style-type: none"> • Strategijos įgyvendinimas ir strateginiai projektai/sutartys bei partnerystės. • Finansiniai ir veiklos rezultatai, investicijos. • Krizinė komunikacija.
Tinklo vadovas	<ul style="list-style-type: none"> • Tinklo veikla, prenumerata, visi su UPP susiję klausimai. • Mobilieji laiškinkai.
Klientų patirčių vadovas	<ul style="list-style-type: none"> • Klientų patirčių temos, skundai, NPS, naujos paslaugos klientams.
Operacijų vadovas	<ul style="list-style-type: none"> • LP EXPRESS paslaugos, logistikos ir siuntų rinkos tendencijos. • Paštomatų ir kurjerių rinka.
Saugos ir prevencijos vadovas	<ul style="list-style-type: none"> • Saugos ir prevencijos temos.
Organizacijos vystymo vadovas	<ul style="list-style-type: none"> • Su darbuotojais ir personalu susiję klausimai (iniciatyvos, atleidimai, samdymai, atlygio klausimai ir pan.). • Darbo sąlygų gerinimas.
Komunikacijos ir rinkodaros vadovas / atstovas ryšiams su žiniasklaida	<ul style="list-style-type: none"> • Einamieji klausimai ir komentarai operatyvinės veiklos temomis (pvz. esant pavieniams nesklaidumams). • Klientų aptarnavimo kokybė. • Pašto ženklų leidyba. • Kitų žiniasklaidos užklausų padengimas, socialinių iniciatyvų ir darnumo temos.
Verslo plėtros vadovas	<ul style="list-style-type: none"> • Paštomatų tinklo plėtra. • Nauji produktai. • Nauji verslo ir IT sprendimai. • Veikla Baltijos šalyse.

IX. TIKSLINĖS AUDITORIJOS

14. Bendrovės komunikacija apima skirtingas tikslines auditorijas, kurias sudaro:

- 14.1. plačioji visuomenė ir vietos bendruomenės;
- 14.2. Bendrovės paslaugomis besinaudojantys ir potencialūs privatūs ir verslo klientai, partneriai;
- 14.3. esami ir potencialūs darbuotojai;
- 14.4. sprendimų priėmėjai;
- 14.5. nuomonės lyderiai;
- 14.6. politikai;
- 14.7. žiniasklaida;
- 14.8. savivaldybės;
- 14.9. akcininkas;
- 14.10. reguliuojančios institucijos;
- 14.11. asociacijos;
- 14.12. Lietuvos valstybinės institucijos;
- 14.13. tarptautinės pašto paslaugų organizacijos;
- 14.14. vyriausybės ir nevyriausybės organizacijos.

15. Lietuvos pašto komunikacija su Akcininku vyksta pagal Akcininko lūkesčių laiške išsakytus lūkesčius.

X. DARNAUS VYSTYMO SI ATSAKOMYBĖ

16. Lietuvos pašto komunikacijoje yra vadovaujamosi Bendrovės darnaus vystymosi gairėmis. Bendrovė laikosi 7 principų, kurie yra integrali ir neatskiriama verslo dalis bei prisideda prie darnaus vystymosi:

- 16.1. atskaitomybė. Esame atsakingi už savo poveikį visuomenei, ekonomikai ir aplinkai.
- 16.2. skaidrumas. Priimdami sprendimus ir vykdydami veiklą laikomės skaidrumo.
- 16.3. etiškas elgesys. Veikloje visuomet laikomės etikos principų, t.y. bendrovės elgesys remiasi garbingumu, lygybės ir sąžiningumo vertybėmis.
- 16.4. pagarba įstatymams. Laikomės visų Lietuvos Respublikoje galiojančių įstatymų ir kitų teisės aktų, apie jų laikymąsi informuojame ir suinteresuotąsias šalis.
- 16.5. pagarba žmogaus teisėms. Gerbiame žmogaus teises ir pripažįstame tiek jų svarbą, tiek universalumą.
- 16.6. pagarba suinteresuotųjų šalių interesams. Siekdami savo tikslų atsižvelgiame ir atsiliepiame ir į suinteresuotųjų šalių interesus.

16.7. pagarba tarptautinėms elgesio normoms. Perimame nurodymus iš sutarčių ir kitų tarptautinių susitarimų, taikomų socialinei atsakomybei.

XI. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

17. Politikos nuostatas rengia Komunikacijos ir rinkodaros departamentas.

18. Politiką tvirtina Bendrovės valdyba.

19. Politika yra peržiūrima ne rečiau nei kas dvejus metus ir esant poreikiui atnaujinama.

19. Už politikos rengimą ir atnaujinimą laiku atsakingas Komunikacijos ir rinkodaros departamentas.

20. Už šios Politikos bei kitų strateginių komunikacijos ir rinkodaros dokumentų rengimą ir įgyvendinimą įtraukiant kitus Bendrovės padalinius pagal kompetenciją yra atsakingas Komunikacijos ir rinkodaros departamentas.