
Akcja "CZYSTA KLAMKA"

Rada ds. rynku Direct Mail przy Polskim Stowarzyszeniu Marketingu SMB uruchomiła akcję pn. „CZYSTA KLAMKA”, która ma na celu zapewnienie bezpieczeństwa odbiorcom ulotek i broszur. W inicjatywie uczestniczą dystrybutorzy materiałów informacyjnych, przestrzegający zalecanych standardów higieny w ramach cyklu produkcji i doręczeń, kierując się jej najważniejszymi założeniami:

1. Po wydrukowaniu, materiały przekazywane są do doręczenia dopiero po bezpiecznym okresie ich „kwarantanny”;
2. Każde dostarczenie materiałów poprzedzone jest przetarciem odpowiednim środkiem sanityzującym:
 - wszystkich klamek i przycisków domofonu na drodze dystrybutora,
 - wszystkich skrzynek pocztowych, do których doręczane są materiały promocyjne.
3. Dodatkowo doręczyciele korzystają z rękawiczek ochronnych dezynfekowanych przed i po wyjściu z klatek schodowych.

W związku z powyższym Rada ds. rynku Direct Mail zwraca się z prośbą o zrozumienie i nieutrudnianie procesu dostarczania mieszkańcom materiałów drukowanych szczególnie, że w obecnym czasie wdrożone zostały środki bezpieczeństwa co najmniej takie jak stosowane przez dostawców przesyłek kurierskich czy jedzenia z dowozem.