

Rebranding la Posta Română. Accent pe ghiseul universal, curierat si logistica si servicii digitale

Compania Nationala Posta Română (CNPR) a demarat în 2025 un proces de rebranding si diversificare a portofoliului de branduri, cu accent pe ghiseuri universale, curierat si logistica si servicii financiar-bancare digitale, procesul aflându-se în plina desfasurare, precizeaza compania ca raspuns la "informatiile si imaginile aparute recent în spatiul public".

"Compania Nationala Posta Română, liderul serviciilor de posta si logistica din tara, a demarat în acest an un amplu proces de rebranding si diversificare a portofoliului de branduri, proces care este înca în desfasurare si care marcheaza o noua etapa în istoria sa de peste 163 de ani", se scrie în comunicat.

Potrivit sursei citate, Posta Română trece printr-o transformare majora bazata pe trei directii: ghiseu universal - infrastructura de relatie între cetateni si companii cu institutiile statului; curierat si logistica - baza solida de hub-uri logistice, concurent în e-commerce si last-mile; servicii financiar-bancare-solutii digitale accesibile.

Posta Română mentioneaza ca strategia de rebranding presupune un pachet complex, ce include, în acord cu procesul de transformare organizationala, o noua identitate vizuala a companiei sub umbrela unui brand principal puternic, cu o arhitectura clara, a cinci sub-branduri specializate si a unui brand endorsat.

Procesul de rebranding este dezvoltat în colaborare cu Inoveo Concept, agentie româneasca de consultanta în branding si design cu peste 20 de ani de experienta si un portofoliu extins de proiecte pentru branduri nationale si internationale. Procesul include toate etapele necesare pentru constructia unui brand solid si contemporan.

La finalul acestui proces, compania va face publica noua strategie de rebranding.