

DAS MAGAZIN FÜR
UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

KONKRET

AUGUST 2017

**Werden KMU vom Netz
der Post abgehängt?**

Just in time durch genau
passende Abholung

Hohe Response Rate dank
individueller Zustelllösung

Services, die KMU
effektiver machen

DIE POST 

Gelb bewegt.



Liebe Leserin, lieber Leser

Eine der spannendsten Herausforderungen in der persönlichen Betreuung von Geschäftskunden ist für mich das gemeinsame Finden der individuell passenden Lösung. Ein Beispiel ist eine Firma aus dem Oberaargau, die mit ihrem frisch gerösteten Kaffee die ganze Schweiz begeistert. Nach der Umwandlung «ihrer» Poststelle in eine Filiale mit Partner mussten wir die regelmässige Aufgabe ihrer Lieferungen neu organisieren. Deren Zeitpunkt wird durch den Röstprozess bestimmt. Die Lösung fanden wir mit einer taggenauen Abholung in einem definierten Zeitfenster. Dieser Service erfüllt nicht nur alle bisherigen Lieferbedingungen, sondern spart der Firma zusätzlich Zeit.

Ich hoffe, diese neue Ausgabe gibt auch Ihnen wertvolle Impulse für Ihre Postgeschäfte.

Ruedi Moor
Leiter Postfiliale Langenthal

In diesem Magazin

Weitere Themen

Wie funktioniert's 8
Kolumne Nicole Althaus 14
Wettbewerb 14



Entspricht die Transformation des Postnetzes den KMU-Bedürfnissen? Druckereibesitzer Urs Gerber, Gemeinverbandsdirektor Reto Lindegger und Thomas Baur von der Post diskutieren die Veränderungen.

Sie fragen, der Experte antwortet

Die spannendste Leserfrage zum Schwerpunktthema «Adieu Fixkosten – hallo Abhängigkeit?» der letzten Ausgabe:

Rolf Bruggmann, Wil:

Unsere Firma befasst sich zurzeit intensiv mit der Evaluierung von Outsourcing-Angeboten. Die Zahlungsbedingungen unterscheiden sich von Anbieter zu Anbieter. Gibt es diesbezüglich Standards, auf die ich mich als Kunde berufen könnte?

ADLATUS-Experte Hanspeter von Ah:

Die unterschiedlichen Zahlungsbedingungen und Preisstrukturen widerspiegeln in der Regel auch Leistungsunterschiede. Um Klarheit zu bekommen, gibt es zwei Wege: Entweder Sie analysieren zuerst, was Sie genau auslagern wollen, und suchen danach den am besten passenden Anbieter, oder Sie lassen sich von zwei bis drei Anbietern aufzeigen, was diese für Sie genau leisten können.



Alles für den Dialogmarketing-Erfolg

Die wichtigste Voraussetzung für erfolgreiche Marketingaktivitäten ist Herzblut. Darüber hinaus braucht es aber auch Fachwissen und die richtigen Werkzeuge. Beides sowie reichlich Inspiration und viele Praxistipps finden Sie auf unserer neuen Informationsplattform DirectPoint. Eine Website, ein Newsletter sowie ein neues Printmagazin voll mit relevanten Inhalten. DirectPoint bietet Ihnen sowohl off- als auch online alles, was Sie – zusätzlich zu Ihrem Herzblut – für Ihren Geschäftserfolg benötigen.

► post.ch/directpoint



9 Vom Fach

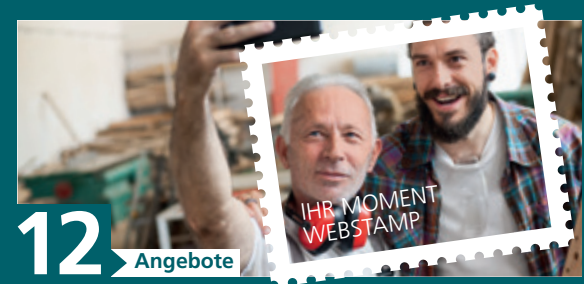
Die Abholung lässt sich genau an die Just-in-time-Ansprüche jedes einzelnen Unternehmens anpassen.



Business konkret **10**

Dank einer individuellen Kundenlösung erreichte Schweizer Wanderwege eine ausserordentliche Mailing-Response.

Bewegte WebStamps, passende Werbepartner und weitere Post-Services, die Sie entlasten und effektiver machen.



12 Angebote

Newsticker

Kleinwaren international verfolgen

Mit E-Tracking Light können Sie neu internationale Kleinwarensendungen einfach und kostengünstig verfolgen. ► post.ch/e-tracking-light

Wählen des Zeitfensters

Mit dem neuen Angebot Zeitfensterzustellung bieten Onlinehändler ihren Kunden an, selbst zu bestimmen, wann sie ihr Paket im Verlaufe des Tages erhalten möchten. ► post.ch/zfz

Einfacheres Preissystem und neue Möglichkeiten

Am 1. Januar 2018 passt die Post ihr Angebot an die veränderten Kundenbedürfnisse an. Unter anderem werden das Preissystem für Paket- und Expresssendungen einfacher und die Steuerung von Briefretouren vielfältiger. ► post.ch/angebot18

Anschub für zündende Ideen

Junge Talente und Unternehmen mit frischen Ideen können sich bis 24. September 2017 für das Programm PostVenture bewerben. Gesucht sind innovative Geschäftsmodelle in den strategischen Entwicklungsschwerpunkten der Post. Die eingereichten Ideen werden von einer Expertenjury beurteilt. Die vielversprechendsten Vorhaben erhalten eine Anschubfinanzierung und Zugang zum Expertennetzwerk der Post, um innerhalb von sechs Monaten einen Prototyp zu erstellen. ► post.ch/postventure



Werden KMU vom Netz der Post abgehängt?

von Daniel Meierhans

Die Transformation des Poststellennetzes verunsichert KMU. Urs Gerber von der Steffisburger Gerber Druck AG, Reto Lindegger vom Schweizerischen Gemeindeverband (SGV) und der Leiter PostNetz, Thomas Baur, diskutieren Praxiserfahrungen.

Herr Gerber, welchen Herausforderungen muss sich Gerber Druck derzeit stellen?

Urs Gerber: Sie sind ausserordentlich vielfältig: Immer mehr internationale Konkurrenz, die Digitalisierung, die dem Print zusetzt, aber auch Chancen eröffnet, und der Kostendruck sind die wichtigsten. Wir müssen uns dauernd überlegen, welche Qualität wir bieten wollen und vor allem auch, ob diese noch bezahlt wird. Im Geschäftsalltag wird als Folge davon die Kurzfristigkeit immer extremer. Unsere Kunden schicken am Morgen ein Mail und

erwarten, dass die fertigen Broschüren am nächsten Tag bei ihren Kunden sind. Dafür benötigen wir hochmoderne Produktionsmittel und einen Lieferpartner, der uns diese Flexibilität ermöglicht.

Herr Lindegger, wie wirkt sich dieses Umfeld auf der Ebene der Gemeinden und Regionen aus?

Reto Lindegger: Was Herr Gerber und alle anderen KMU benötigen, ist zwangsläufig auch für die Gemeinden essenziell. Nur wenn sie an die Infrastrukturnetzwerke angeschlossen sind,

bleiben sie als Wirtschaftsstandort attraktiv. Wir haben in der Schweiz zwar noch keine Geisterdörfer, aber an einigen Orten sind Tendenzen dazu erkennbar. Das ist auch der Grund, wieso die Debatten um die Poststellen so emotional geführt werden.

Herr Baur, erkennen Sie sich in den Herausforderungen von Herrn Gerber wieder?

Thomas Baur: Vieles, was Herr Gerber erwähnt hat, gilt genauso für die Post. Wir stehen unter Konkurrenzdruck und die Digitalisierung ist auch für uns



fundamental. Die Korrespondenz und auch die Rechnungen verlagern sich zum Beispiel immer mehr in die elektronischen Kanäle. Und die Zahl der am Schalter aufgegebenen Briefe ist um zwei Drittel eingebrochen. An diese sich verändernden Kundenbedürfnisse müssen wir uns anpassen.

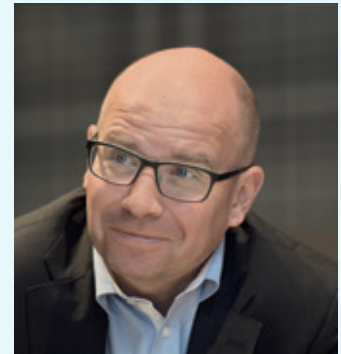
Am meisten spürbar sind die Anpassungen im Postnetz. Herr Gerber, was hat sich für Sie konkret verändert?

UG: Früher war die Poststelle in Steffisburg für alles zuständig. Jetzt ist es der



Urs Gerber

Der Geschäftsführer der Gerber Druck AG in Steffisburg hat noch gelernt, Bleibuchstaben zu giessen. Heute gehen am Morgen per E-Mail bestellte Drucksachen dank digitaler Technologien bereits am Abend fertig produziert in den Versand.



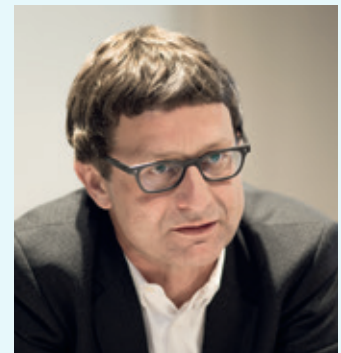
Reto Lindegger

Der Direktor des Schweizerischen Gemeindeverbands kennt als ehemaliger Stabschef des Stadtpräsidenten von Biel und als Dozent für angehende Gemeindefachleute die Situation der Gemeinden aus unterschiedlichen Perspektiven. In den vergangenen Monaten hat er Schweizer Gemeinden in den Verhandlungen mit der Post unterstützt.



Thomas Baur

Als Leiter PostNetz und Mitglied der Konzernleitung verantwortet Thomas Baur die Transformation des Postnetzes. Dabei sucht er aktiv den Kontakt mit Unternehmen und Gemeinden, um Lösungen zu finden, die möglichst genau den Bedürfnissen entsprechen.



Daniel Meierhans

Moderator

Der promovierte Biochemiker hat sich als Journalist auf die Schnittstelle zwischen Technologie und Business spezialisiert.

Glossar

- Geografisches Informationssystem (GIS)
- Letter ID
- ERP-System

► post.ch/glossar

Gebietsleiter für die nationalen Fragen und für die internationalen haben wir eine Ansprechperson in Bern. Für uns optimal ist die neu geschaffene unbediente Geschäftskundenstelle. Auf der Poststelle konnten wir nur bis Mittag Priority-Sendungen aufgeben. Bei der unbedienten Geschäftskundenstelle ist das bis abends um 18 Uhr möglich, und wir müssen dafür nicht mehr quer durch die Stadt fahren.

Dann hat sich der Service für Sie unter dem Strich verbessert?

UG: Vom Aufgeben her ganz klar. Der persönliche Kontakt hat allerdings abgenommen. Wenn immer mehr ins Internet verlagert wird, macht es irgendwann keinen Unterschied mehr, ob wir die Post wählen oder einen anderen Anbieter. Persönliche Ansprechpartner, welche unsere Situation vor Ort kennen und uns so helfen können, optimale Lösungen zu finden, sind für uns sehr wichtig.


TB: Der direkte Kundenkontakt ist auch aus unserer Sicht wichtig. Deshalb erweitern wir zwar die digitalen Möglichkeiten laufend, betreiben aber parallel dazu das eigene Filialnetz. Insgesamt bauen wir die Anzahl der Zugangsmöglichkeiten ja sogar auf über 4000 aus, um näher zu unseren Kunden zu kommen.

Wissen

Wichtige Onlineservices für Geschäftskunden

- **Abholung bestellen:** Ermöglicht die bequeme Onlinebestellung von Abholungsaufträgen.
- **Barcode:** Barcodes für Paket-, Express- und Briefsendungen können online direkt auf dem Adressträger bezogen oder in den Lieferschein integriert werden.
- **WebStamp:** Der Dienst lässt sich in das «ERP-System», den Onlineshop oder die Website integrieren.
- **E-Post Print & Send:** Briefe werden direkt vom PC aus versendet. Die Post kümmert sich um Druck, Verpackung und Versand.
- **Sendungen verfolgen:** Über die «Letter ID» können Massenversände gesteuert und verfolgt sowie Retouren individuell behandelt werden.

▶ post.ch/onlineservices



«Mit dem GIS sehen wir genau, wo Lücken entstehen. So können wir aktiv auf KMU zugehen, um gemeinsam sinnvolle Lösungen zu finden.»

Thomas Baur

Hat der SGV die Anpassungen im Postnetz auch so positiv erlebt?

RL: Eher nicht. Am Anfang hat das Ganze auf mich den Eindruck einer Hauruckübung hinterlassen, die zu sehr von oben herab angepackt wurde. Zentrale Bedürfnisse der KMU sind dabei vergessen gegangen. Dazu gehören etwa der Massensend und die Bareinzahlungen. Das ist bei den Agenturen nicht mehr oder nur beschränkt möglich. Die Unternehmen wussten in der ersten Phase nicht mehr, wo sie was wie erledigen sollten.

TB: Ich muss zugeben, dass wir die Konsequenzen für die KMU zu wenig beachtet hatten. Wir waren der Meinung, ihre Bedürfnisse seien mit unseren Lösungen weitgehend abgedeckt. Zum Glück sind wir aber lernfähig. Wenn wir heute eine Umwandlung angehen, analysieren wir zuerst die Situation mithilfe eines «*geografischen Informationssystems (GIS)*». Dieses stellt alle Postaktivitäten der Firmen, mit denen wir eine Geschäftsbeziehung haben, auf einer Karte dar. Damit sehen wir genau, wo Lücken entstehen. So können wir aktiv auf KMU zugehen, um gemeinsam sinnvolle Lösungen zu finden.

Was erwarten Sie von der Post in Zukunft?

UG: Sie muss kompetent und vor allem auch schnell sein. Das brauchen wir, um uns von der Konkurrenz aus Osteuropa abheben zu können. Wenn etwa die tägliche Zustellung aufgegeben würde, müssten wir deshalb eine andere Lösung suchen. Wenn wichtige Infrastrukturnetzwerke an unserem Standort nicht mehr zur Verfügung stehen würden, könnten wir als Unternehmen aber ausweichen, indem wir den Standort wechseln. Die Gemeinden sind da viel essenzieller betroffen. Sie können nicht zügeln.

RL: Darum haben sie auch Angst. Wichtig ist, dass die Randregionen nicht abgehängt werden. Dazu gehört auch, dass die Post als Marke in den Dörfern optisch präsent bleiben muss. Aber es geht ja nicht nur um die Post. Ich sehe in Zukunft in den Dorfkernen sogenannte Hubs, in denen sich verschiedene Dienstleister und Händler Infrastrukturen teilen und so gegenseitig Frequenz erzeugen. Die Post kann bei der Formierung derartiger Aktivitätszentren eine tragende Rolle übernehmen.

TB: In Sachen optischer Präsenz rennen Sie bei mir offene Türen ein. Wir sind daran, die Beschriftung unserer Filialen mit Partner zu verbessern. Die Post wird in Zukunft aber sicher anders aussehen als heute. Persönlich bin ich der Überzeugung, dass die Digitalisierung speziell in den Randgebieten aber auch Chancen für neue Arbeitsplätze eröffnet. Wir testen derzeit beispielsweise im Jura einen dezentralen Kundendienst, bei dem die Mitarbeitenden im Homeoffice vernetzt sind.



«Persönliche Ansprechpartner, welche unsere Situation vor Ort kennen, sind für uns sehr wichtig.»

Urs Gerber



«Die Unternehmen wussten in der ersten Phase nicht mehr, wo sie was wie erledigen sollten.»

Reto Lindegger



Onlineumfrage: Web oder Schalter?

Immer mehr Geschäftskundenservices der Post stehen auch online zur Verfügung. Nutzen Sie diese häufig oder sind Sie eher am Schalter anzutreffen? Machen Sie bei unserer Onlineumfrage mit!

► post.ch/konkret-umfrage



Unkomplizierter Versand rund um die Uhr

von Claudia Bardola

Eine kurze Anfahrt, kein Anstehen am Schalter und durchgehende Öffnungszeiten: In den unbedienten Geschäftskundenstellen können Unternehmen ihre Sendungen einfach, schnell und flexibel aufgeben.

Es sind schlichte, unauffällige Container, Pavillons oder speziell abgetrennte Räumlichkeiten am Stadtrand, in Industriequartieren oder an anderen verkehrstechnisch optimalen Standorten. Die Rede ist von den unbedienten Geschäftskundenstellen, in denen Unternehmen die wichtigsten Basisdienstleistungen der Post rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Hier können KMU in Selbstbedienung vorfrankierte Briefe und Sendungen einfach in die dafür vorgesehenen Behälter legen – ganz ohne Wartezeiten. Das Angebot umfasst dabei A- und B-Post sowie Express- und Massensendungen ins In- und Ausland. Werden die Sendungen bis zum angegebenen spätesten Aufgabepunkt deponiert, erreichen sie wie bei der herkömmlichen Abgabe am Postschalter ihr Ziel termingerecht.

Für die notwendige Sicherheit sorgt ein Badge-System. Die Türen öffnen sich dadurch nur für Unternehmen, die einen entsprechenden Nutzungsvertrag mit der Post abgeschlossen haben. Und genauso unkompliziert ist auch die Benutzung. Eine kurze Einführung durch den Kundenberater reicht, damit die Unternehmen den bequemen Rund-um-die-Uhr-Service sofort nutzen können.

Die unbedienten Geschäftskundenstellen erweitern das Netz an Zugangsmöglichkeiten für Unternehmen. Zusätzlich sorgen sie dank der optimalen Erreichbarkeit mit dem Auto für eine Zeitersparnis und letztlich auch für mehr Flexibilität. Das sieht auch Hugo Fontana von der auf Dekorations- und Renovationsmalerei spezialisierten Fontana & Fontana AG in Rapperswil-Jona so: «Die unbediente Geschäftsstelle im Industriequartier ist für uns eine gute Alternative zur Poststelle, die mit dem Auto eher schwer zu erreichen ist. Mittlerweile ist sie für uns zu einem Ankerpunkt für die wichtigsten Postleistungen geworden. Hier deponieren wir praktisch täglich Briefe, Pakete und – falls nötig – sogar Einschreiben. Wir schätzen es, dass wir uns nicht mehr nach den Schalteröffnungszeiten richten müssen.» Dieser letzte Punkt ist auch für jene kleineren Firmen besonders wichtig, die während der Geschäftszeiten ihren Betrieb zur Erledigung ihrer Postgeschäfte nicht ohne Weiteres verlassen können.

In Zukunft wird das schweizweite Netz an unbedienten Geschäftskundenstellen ausgebaut – ausgerichtet an den Bedürfnissen der lokalen Unternehmen.



Wissen

Weitere Zugangsmöglichkeiten und Postservices für KMU:

- **Geschäftskundenstelle bedient:** Entgegennahme von Sendungen durch Postmitarbeitende.
- **Abholung:** Sendungen regelmässig zu einem vereinbarten Zeitpunkt abholen lassen.
- **Spezialzustellung:** Briefe und Pakete zum gewünschten Zeitpunkt erhalten.
- **Bargeld-Handling:** Tageseinnahmen durch SecurePost sicher abholen lassen.
- **Kundencenter auf post.ch:** Zugang zu allen Onlinediensten wie Sendungsverfolgung oder E-Post Print & Send, dem Briefversand per Mausclick.

Kontaktieren Sie Ihren Kundenberater und erfahren Sie, von welchen individuellen Lösungen Sie zusätzlich profitieren können.

► post.ch/geschaeftlich

Prompt von Tür zu Tür

von **Stefan Hert**, Produktmanager Abholungen

In der heutigen Just-in-time-Gesellschaft steigt das Bedürfnis der Händler nach immer späteren Aufgabezeiten ihrer Sendungen. Die Abholungslösungen der Post garantieren ihr Lieferversprechen und sparen Zeit.



Die Post spürt es und die Zahlen belegen es. Eine eben erst publizierte Studie des Marktforschungsunternehmens GfK zeigt, dass der Schweizer Online- und Versandhandel in den letzten fünf Jahren von 5,3 auf 7,8 Milliarden Franken zugelegt hat. Das Retailgeschäft befindet sich im Umbruch, die Konsumgewohnheiten verändern sich tiefgreifend, und das Bedürfnis der Kunden nach einer immer schnelleren Lieferung der bestellten Ware steigt. Die «Next Day Delivery» ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden, und ein scharfer Wettbewerb drängt den Handel, dieses Lieferversprechen nach Möglichkeit bis in die frühen Abendstunden hinein abzugeben.

Die Post weiss um die besonderen Herausforderungen, welche die Just-in-time-Gesellschaft für Händler mit sich bringt. Da viele Unternehmen weder die Zeit noch die Möglichkeit haben, ihre stetig wachsenden Versandvolumen kurz vor Schalterschluss noch auf die Post zu bringen, lassen sie sie von der Post abholen. Aktuell sind es rund 8000 Unternehmen in der ganzen Schweiz, bei denen die Post täglich Briefe, Pakete, Express- und Auslandssendungen abholt.

Ein zweiter Effekt des wachsenden Onlinehandels besteht darin, dass sich bei den Unternehmen bereits am Nachmittag die Briefe und Pakete türmen, die noch am gleichen Tag versendet werden müssen. Die Post bietet den Kunden mit der Dienstleistung Abholung regelmässig deshalb die

Option, eine erste Ladung von Postsendungen schon am frühen Nachmittag abholen zu lassen. Das schafft Platz und Übersicht für die Verarbeitung von später eintreffenden Bestellungen.

Die Just-in-time-Gesellschaft ist Realität. Sie lässt sich nicht aufhalten. Für die Geschäftskunden der Post gibt es aber massgeschneiderte Lösungen, die sie bei ihrer Arbeit entlasten und ihnen die Einhaltung ihrer Lieferversprechen ermöglichen.



Angebot

Abholung genau nach Mass

- **Abholung regelmässig:** das Standardangebot mit frei wählbaren Tageszeitfenstern und Volumen.
- **Listenpreis Individual mit integrierter Abholung:** für Kunden mit einem im Vergleich geringeren Paketvolumen zwischen 750 und 2500 Sendungen pro Jahr geeignet.
- **Abholung regelmässig auf dem Zustellgang und Abholtour KMU:** für Kunden mit wenigen Sendungen pro Tag – je nach Region.
- **Abholung nach Bedarf:** neben den oben erwähnten periodischen Abholungen eine Variante, die bis vier Stunden vor der gewünschten Abholzeit bestellt werden kann.

► post.ch/abholung

Werben, wenn das Bedürfnis am grössten ist

von Daniel Meierhans

Wie alle KMU will der Verband Schweizer Wanderwege mit begrenzten Werbemitteln möglichst viel erreichen. Dank einer individuellen Kundenlösung konnte der Verein in diesem Frühjahr ein Mailing genau dann zustellen, als Wanderwetter war. Der Erfolg übertraf alle Erwartungen.

Heimatliebe geht uns Schweizern weniger durch den Magen als durch die Beine. Über 44 Prozent der Bevölkerung wandern. Tendenz steigend. Damit ist Wandern die beliebteste Freizeitaktivität überhaupt. Einen entscheidenden Anteil daran hat das 65 000 Kilometer umfassende Wanderwegnetz. Die gelben Wegweiser sind seit ihrer Einführung im Jahr 1934 zum Symbol für verlässliche Orientierungshilfen geworden.

«Was die Schweizer Wanderwege weltweit einmalig macht, ist das durchgängige und einheitlich beschilderte Netz», betont Michael Roschi, Geschäftsleiter des Verbands Schweizer Wanderwege: «Um dessen Qualität und Bestand sicherzustellen, sind wir auf die finanzielle Unterstützung aus der Bevölkerung angewiesen.» Zwar besorgen den Bau und Unterhalt der Wege mehrheitlich die Kantone und Gemeinden. Die nationale Geschäftsstelle, welche die schweizweite Koordination, die Schulung der Verantwortlichen und die Promotion des Wanderns verantwortet, finanziert sich aber zu 60 Prozent über Gönnerbeiträge und Spenden. Für die Signalisation und Kontrolle der Wanderrouen sind zudem die 1500 Freiwilligen der kantonalen Wanderweg-Organisationen unverzichtbar.

Grosse Erfolgsquote von Print-Mailings

«Wenn es um Spenden geht, ist Print immer noch King», stellt Evelyne Zaugg-Niederhauser als Verantwortliche für die Mittelbeschaffung beim Verband Schweizer Wanderwege klar. Die Erfolgsquote gedruckter Mailings sei nach wie vor wesentlich grösser als diejenige von Onlinekampagnen. Kommt dazu, dass die Gestaltungs- und Versandmöglichkeiten für Mailings laufend vielfältiger werden. Was heute alles machbar ist, illustriert eine Kampagne, mit welcher der Verband Schweizer Wanderwege seine Aktivitäten auf das Tessin ausgedehnt hat.



Lösung

Mailings online planen, kalkulieren und auslösen

Firmen, Behörden und Vereinen, die regelmässig Mailings verschicken, steht mit dem PromoPost Manager ein äusserst nützliches Onlinetool zur Verfügung. Mit diesem können sie den Versand bequem planen, kalkulieren und auslösen. Die Zustellgebiete und die Zielgruppe lassen sich anhand diverser geografischer und soziodemografischer Kriterien genau definieren. Der auch ohne Anmeldung nutzbare Quick Calculator zeigt schnell die zu erwartenden Kosten an.

► post.ch/promoposttool



Lösung

Individuelle Kundenlösungen steigern die Erfolgsquoten von Mailings. Für den Verband Schweizer Wanderwege wurde das Standardangebot PromoPost Privatkunden durch eine wetterabhängige Zusatzoption erweitert. Der Versand wurde dabei ab dem festgelegten Stichtag so lange eingelagert, bis Wanderwetter war. Neben dem Zeitpunkt lassen sich auch die Zielgruppe, das Zustellgebiet oder das Format der Sendung anpassen. Dabei können auch spezifische Eigenschaften wie Haushalte mit Garten oder Balkon berücksichtigt werden. Und sogar eine persönliche Übergabe durch den Postboten ist möglich.

Wollen Sie Ihren Werbeerfolg gezielt erhöhen?

Bitte kontaktieren Sie Ihre Kundenberaterin oder Ihren Kundenberater.

► post.ch/promopost

Im Herbst 2016 wurde beschlossen, neu auch potenzielle Gönner in der italienischen Schweiz mit einer Broschüre zu attraktiven Wandermöglichkeiten gezielt anzuschreiben. In der Diskussion mit der Post kam die Idee auf, dafür ein neues Instrument auszutesten. In der Region Bellinzona/Lugano sollte ein Streuwurf an alle Privatadressen zugestellt werden – jedoch nur bei Sonnenschein. Denn bei Wanderwetter kommt die Botschaft erfahrungsgemäss besser an.

Doppelt so hoch wie der Benchmark-Wert

Das Ergebnis dieses ersten Versuchs überzeugte die Verantwortlichen voll und ganz. «Wir haben unsere Ziele deutlich übertroffen. Die Response war doppelt so hoch wie der Benchmark-Wert für NGOs», bilanziert Roschi und Zaugg-Niederhauser ergänzt: «Zusätzlich zur innovativen Zustelllösung profitierten wir auch von der grossen Kampagnenerfahrung der Spezialisten der Post.» Dadurch konnten der Text und die Gestaltung des Couverts optimiert werden. «Mit dem individuellen Streuwurf verfügen wir jetzt über ein zusätzliches Instrument mit einem sehr guten Kosten-Nutzen-Verhältnis», freut sich Roschi.



Die weiss-rot-weisse Bergwanderwegmarkierung wird wie alle Signalisationen regelmässig kontrolliert und aufgefrischt.

Michael Roschi, Geschäftsleiter Schweizer Wanderwege

Das Schönste an seiner Arbeit ist für Michael Roschi, dass er in einem Team arbeiten kann, in dem sich jede und jeder für das «Produkt» begeistert. Auch der 41-jährige Touristikfachmann und Familienvater ist in seiner Freizeit häufig zu Fuss in den Schweizer Bergen und Tälern unterwegs.

► wandern.ch





Mehr Emotionen für Ihre Briefe

Mit WebStamp kreieren Sie Ihre eigenen Briefmarken – mit Ihrem Firmenlogo oder einem Bild Ihres neuesten Produkts. Neu im Angebot: WebStamp mit Video. So einfach funktioniert: Sie laden im Onlinedienst WebStamp Ihren individuellen Kurzfilm hoch. Anschliessend drucken Sie die WebStamp mit dem verschlüsselten Datamatrix-Code auf Etiketten oder Briefumschläge aus, und ab geht die Post. Der Empfänger ruft Ihr Video über die Post-App oder -Website ab. Diese Zusatzleistung ist kostenlos – Sie bezahlen nur das übliche Porto.

Wissen

Die WebStamp mit Video eignet sich für die Präsentation von neuen Produkten, für Einladungen und Promotionen sowie für die Verbreitung von News.

► post.ch/webstamp-business



Hilfe für die Partnersuche

Ist eine Werbekooperation ein Thema für Sie? Auf Atrium, der neuen Onlineplattform der Post, finden Sie den richtigen Partner dazu. Sei es für Neukunden- oder Kundenbindungsmaßnahmen.

► post.ch/atrium

Rundum sorglos

Post Company Cars nimmt Ihnen das Management der Firmenwagenflotte ab: herstellerunabhängig, mit oder ohne Finanzierung, pauschal oder nach Aufwand verrechnet. Während Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren, kümmern wir uns auf Wunsch um Pneu, Pannen und Policen.

► post.ch/flottenmanagement

Code scannen und Film ansehen



2 Tage Kulinarik und Kultur? Nehmen Sie jetzt am Wettbewerb teil!

Welchen Vorteil bringen unbediente Geschäftskundenstellen?

- Freier Zutritt für alle
- Durchgehende Öffnungszeiten

Teilnahmeschluss ist der 15. September 2017.



GAS/ECR/ICR

Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

50405180
000002



DIE POST

Post CH AG
PostMail
Servicecenter Direct Marketing
Wankdorfallee 4
3030 Bern



Weniger Retouren

Versenden Sie Pakete mit der Zusatzleistung Signature oder Assurance an Ihre Privatkunden? Dann haben diese seit Anfang April die Möglichkeit, die Zustellgenehmigung online zu erteilen. Liegt diese dem Postboten vor, darf er die Sendung auch in Abwesenheit des Empfängers zustellen; sei es ins Ablagefach oder an gewünschter Stelle. Als Unternehmen profitieren Sie gleich doppelt: Eine sinkende Retourenquote spart Geld und steigert die Kundenzufriedenheit.

► post.ch/zustellgenehmigung

Ihre Ansprechperson bei der Post

Sie haben Fragen zu unseren Services oder Produkten? Gern ist Ihr persönlicher Kundenberater für Sie da.

Aufstellen, fertig, los!

Unser Aufstellservice entlastet Ihre Mitarbeitenden im Kundendienst und in der Auslieferung. Ob Möbel, Fernsehgeräte oder Waschmaschinen: Geschulte Postmitarbeitende stellen Ihre Geräte beim Kunden auf, nehmen sie in Betrieb und entsorgen bei Bedarf Verpackung und Altgerät.

► post.ch/aufstellservice

Der Umwelt zuliebe

Für kurze Strecken der Lastwagen, für lange Strecken der Güterzug. Der Kombiverkehr bündelt die Stärken beider Verkehrsträger zu einem flächendeckenden und zuverlässigen Tür-zu-Tür-Service. Besonders geeignet für regelmässige Transporte von Rohstoffen, Schüttgütern oder Handelswaren auf der Nord-Süd- und der Ost-West-Achse.

► post.ch/kombiverkehr



Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Bern, konkret@post.ch, post.ch/konkret | Konzept/Redaktion: alert AG, Zürich | Gestaltung: Daniel Kauer
 Druck: Stämpfli AG, Bern | Informationen zu den Autoren: post.ch/konkret | Erscheint dreimal jährlich. Änderungen und Abweichungen vorbehalten.

Weiteres Gratisabonnement bestellen / Adresskorrektur

Zusätzlicher Empfänger

Adressänderung

Firma: _____

Vor-/Nachname: _____

Position: _____

Strasse: _____

Adresszusatz: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Firma: _____

Vor-/Nachname: _____

Position: _____

Strasse: _____

Adresszusatz: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Massgeschneidertes Glück

Theoretisch weiss man ja schon lange, was massgeschneidert bedeutet. Man weiss auch, dass das Wort längst aus der Schneiderbranche herausgewachsen ist und in vielen Dienstleistungszweigen Fuss gefasst hat: Vom Anzug übers Bett bis hin zum Urlaub wird dem Kunden heute alles auf den Leib geschneidert. Aber erst, wenn man zum ersten Mal in einem Sommerkleid vor dem Spiegel steht, das den Körper umschmeichelt wie ein herzliches Kompliment, erkennt man den Unterschied in der Praxis: All die Jahre zuvor war man bloss angezogen. Jetzt ist man gekleidet. Das kleine bisschen Extra um die Hüfte, der etwas verrückte Abnäher unter der Brust – es sind letztlich die kleinen Details, die entscheiden, ob ein Kleid nur passt oder wirklich sitzt.

Das gilt auch für die anderen Branchen: Es ist nicht das Glas Champagner beim Empfang, das dem Gast, noch lange nachdem er das Hotel verlassen hat, in Erinnerung bleibt, sondern die Tasse Grüntee, um die er am ersten Abend gebeten hat und die unaufgefordert auch an allen anderen Abenden aufs Zimmer serviert wurde. Es ist die Tatsache, dass das Reisebüro einem bei der Abreise via SMS die Wegbeschreibung vom Flughafen zum Hotel schickt, die das Gefühl hinterlässt, man sei bei diesem Veranstalter in guten Händen.

Massgeschneidert hat weniger mit einem Mehr an Aufwand zu tun als mit einem Mehr an Aufmerksamkeit. Wer einem Kunden das Gefühl von individueller Betreuung vermitteln will, muss erst einmal wissen, was dieser wirklich braucht. Und wo der kleine Unterschied liegt, der ausmacht, dass eine Dienstleistung nicht nur passt, sondern wirklich sitzt. Der Kunde muss sozusagen von oben bis unten vermessen werden. Letztlich beherrscht ein guter Dienstleister die Kunst eines guten Schneiders: Er weiss, wo er etwas weglassen kann und wo er etwas zugeben muss, damit der Kunde rundum zufrieden ist. Denn die Menschen sind zu verschieden, als dass sie alle in derselben Hose glücklich würden.

Mehr über mich

Nicole Althaus ist Autorin, Kolumnistin und Mitglied der Chefredaktion der «NZZ am Sonntag». Sie schreibt über gesellschaftspolitische Themen und leitet die Magazine des Hauses, darunter das «Stilmagazin» oder das Magazin «Z».



Bild: Anne Gabriel-Jürgens

Wettbewerb

Gourmet-Weekend im malerischen Stein am Rhein

Erleben Sie als Gast im Hotel Klosterhof den geschichtsträchtigen Ort mit seiner vielfältigen Kultur und seinen eindrucksvollen Naturlandschaften. Abends erwarten Sie kulinarische Erlebnisse der Extraklasse: Geniessen Sie ein 3- und ein 5-Gang-Dinner im Restaurant Le Bateau. Beantworten Sie die Frage auf der Antwortkarte und gewinnen Sie:

- ▶ **2 Übernachtungen für 2 Personen in einer luxuriösen Suite inkl. Sektfrühstück und abendlicher Kulinarik!**

Teilnahmebedingungen: Auf die Frage trifft nur eine Antwort zu. Aus den korrekten Einsendungen wird der Gewinner ausgelost und schriftlich benachrichtigt. Teilnahmeberechtigt sind alle Personen, ausgenommen die Mitarbeitenden der Post CH AG. Der Wettbewerbspreis ist nicht auf andere Personen übertragbar und wird nicht bar ausbezahlt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Gewinner «Konkret» 1/17
 Alowag AG,
 Reinach BL

P.P. CH-3030 Bern Post CH AG

Post CH AG
 3030 Bern



Bilder: Hotel Klosterhof