

Info Post

Das Magazin für unsere Geschäftskunden
April 2013

DIE POST 

Direct Marketing

Zahlreiche Tipps
für erfolgreiches
Werben

CEP International

Die Post erleichtert Ihren
grenzüberschreitenden
Warenverkehr

PostCard Creator

Postkartenmailings
im Handumdrehen
selber gestalten



- 2 ■ Empfängerkundenindex 2012: **Erneut Bestnoten für das Zustellpersonal**
 - Sendungen empfangen
«Eingang bearbeiten»: **Den Posteingang professionell bearbeiten**
- 3 ■ CEP International: **Grenzenloser Service für Import und Export**
- 4 ■ Transport- und Lagerlogistik: **Holen, bringen, lagern – alles aus einer Hand**
 - Kombiverkehr: **«Green Logistics» rechnet sich**
- 5 ■ E-Commerce: **Starker Full Service für Webshops**
 - Webservice PickPost: **Komfortgewinn für Webshop-Kunden**
- 6 ■ **Agenda**
 - DirectPoint: **Ihr DM auf den Punkt gebracht**
 - Mailing-Guide: **In neun Schritten zum Werbeerfolg**
- 7 ■ DirectGuide NPO: **Ratgeber für erfolgreiche Spendenaufrufe**
 - DirectExpert: **Direct-Marketing-Wissen à la carte**
- 8 ■ Faszination: **Eine Gesamtlösung, die fasziniert**
- 9 ■ Zalando: **«Die Schweizer legen grossen Wert auf guten Service.»**
- 10 ■ Besucherführungen: **Schauen Sie der Post über die Schultern!**
 - Nachhaltigkeit: **CO₂-Ausstoss senken mit Eco-Drive**
- 11 ■ Fotovoltaikmodule: **Sonnenenergie von der Post**
 - Nachhaltigkeit: **Doppelstöckig unterwegs für Klimaschutz**
- 12 ■ PostCard Creator: **Gewinnen Sie ein Postkartenmailing!**

Empfängerkundenindex 2012

Erneut Bestnoten für das Zustellpersonal

Der Empfängerkundenindex 2012 bestätigt einmal mehr: Kundinnen und Kunden der Post sind mit der Qualität der Briefzustellung sehr zufrieden.

Die Post kommt gut an! Bereits im sechsten Jahr in Folge ist die Zustellqualität mit über 90 von 100 möglichen Punkten honoriert worden. 13 400 Personen wurden schweizweit im Rahmen der jährlich durchgeführten Studie «Empfängerkundenindex» befragt. Und auch diesmal gab es für das Zustellpersonal wieder hervorragende Noten: Gleich 95 Punkte erhielten die Postboten für ihre Freundlichkeit. Sehr gut bewertete die Bevölkerung auch die Qualität der Domizil- und der Fachzustellung.

Auch bei stürmischem Wetter

«Für ein solch hervorragendes Resultat sind wir auf ein optimales Zusammenspiel zwischen den an der Briefverarbeitung beteiligten Stellen angewiesen», meint Thomas Baur, Leiter Zustellung PostMail, zu den sehr guten Noten. «Am Ende der Prozesskette liegt es jedoch am Zustellpersonal, mit sorgfältiger Arbeit, Kompetenz und einem freundlichen Lächeln zu punkten.» Und das auch unter schwierigen Bedingungen – etwa bei stürmischem Wetter oder mit verstopfter Nase. Der Leiter Zustellung ist zufrieden: «Die Mitarbeitenden sind unsere Visitenkarte und sorgen tagtäglich dafür, dass die Post gut ankommt. Darauf bin ich stolz.» *jme*

Sendungen empfangen «Eingang bearbeiten»

Den Posteingang professionell bearbeiten

Verschaffen Sie sich mühelos einen Überblick über Ihre eingehenden Postsendungen. Die Dienstleistung Sendungen empfangen «Eingang bearbeiten» liefert via My Post Business Sendungsdaten für die effiziente Weiterverarbeitung.

Manuelles Erfassen in Büchlein oder Listen war gestern, heute sind Schnelligkeit, Transparenz und Qualität gefragt. Erfassen Sie auf MyPostBusiness einfach mit dem Handscanner oder dem Smartphone die Barcodes Ihrer Briefsendungen und Pakete. Bei Bedarf ergänzen Sie die bereits vorhandenen Sendungsinformationen mit Ihren spezifischen Daten. Dies erleichtert Ihnen die Verteilung und Weiterverarbeitung wesentlich. So können Sie zum Beispiel den Weg einer Sendung bis zum internen Empfänger nachverfolgen und dokumentieren. Dank der Archivfunktion und verschiedenster Suchkriterien finden Sie mühelos jede intern zugestellte Sendung. Zeitintensives Suchen und Blättern gehört der Vergangenheit an. Der professionelle Posteingang ist Realität! *an*

www.post.ch/sendungen-empfangen

Impressum

Herausgeberin: Die Schweizerische Post, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern
infopost@post.ch, www.post.ch/infopost

Redaktion: Die Schweizerische Post: Jasmin Batt (jb), Manuel Ackermann (ma)
BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an)
texter.in Wortagentur: Jamie Wong-Li (jme)

Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern

Druck: Stämpfli Publikationen AG, Bern

Adressänderungen: Fax 058 667 33 28

Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C005019

CEP International

Grenzenloser Service für Import und Export

Ob Sie für den grenzüberschreitenden Warenverkehr einen schnellen Kurier benötigen, Express- und Paketsendungen oder Paletten transportieren lassen: Eine einzige Anlaufstelle genügt, damit Ihr Business rund läuft.

Der Angebotsname ist Programm: CEP International bedeutet Courier Express Parcel International. Unter diesem Titel hat die Post ihre Kräfte gebündelt, um Ihnen die Arbeit noch mehr als bisher zu erleichtern.

Souverän von Aarau nach Zimbabwe und zurück

Willkommen im One Stop Shop der Post! Hier erhalten Sie für jede erdenkliche internationale Sendung das passende Angebot – in bester Qualität und aus einer Hand. Vom einfachen Paketversand von A nach B über spezialisierte Logistiklösungen bis hin zur weltweiten Beförderung von Kurier- und Expresssendungen übernimmt die Post einfach alles für Sie. Das erspart Ihnen das aufwendige Organisieren von länderübergreifenden Transportketten. Und anspruchsvolle Zollformalitäten: Auch beim Verzollen spielt die Post ihre einzigartige Kompetenz aus. Mit massgeschneiderten, komplexen Verzollungslösungen erfüllt sie jedes Bedürfnis.

Exportieren ohne Reibungsverluste

Ein einziger Ansprechpartner und ein Komplettangebot, das bezüglich Geschwindigkeit, Gewicht und Sicherheit Ihrer Sendungen sämtliche Vorgaben erfüllt: Exportieren mit der Post besticht mit Einfachheit und Präzision. Und mit Effizienz: Zum einen integrieren Sie Ihren Exportversand nahtlos in Ihre Geschäftsprozesse, indem Sie die ausgereiften elektronischen Tools benützen. Zum andern liegt Ihre Annahmestelle in Ihrer Nähe – zum Beispiel auf Ihrer Rampe. Ganz egal, wohin Ihre Güter reisen sollen: Sie sind in den besten Paket- und Expressnetzwerken weltweit gut aufgehoben.

Punktlandungen beim Importieren

Niemand ist Ihnen und Ihren Kunden in der Schweiz so nahe wie die Post. Über ihr flächendeckendes Zustellnetz liefert sie importierte Waren zuverlässig und pünktlich an jede Adresse – auch wenn diese zuhinterst in einem Talkessel liegt. Das wird von Endkunden enorm geschätzt. Als Geschäftskunde profitieren Sie von Komplettlösungen für die Zustellung und die Verzollung. Mehr noch: Auf

Wunsch holen wir Ihre Sendung in fast jeder Ecke der Welt ab und bringen sie Ihnen ins Geschäft. Während Sie sich ruhig auf Ihr Business konzentrieren, lässt die Post Sie vergessen, dass unser Land eigentlich Grenzen besitzt... *an*

www.post.ch/logistik-international



Auf der ganzen Welt zu Hause: Ihre Post.

Transport- und Lagerlogistik

Holen, bringen, lagern – alles aus einer Hand

Eine clevere Kombination: Sie können Ihre Güter der Post nicht nur zum Transport anvertrauen, sondern auch zum fachgerechten Lagern. Dank dieser kompletten Logistikkette werden in Ihrem Unternehmen Kräfte frei für das Kerngeschäft.

Platzt das Lager aus allen Nähten? Oder sind Sie darauf angewiesen, dass Ihr Stückgut sicher innerhalb von 24 Stunden zugestellt wird? Sowohl für Lager- wie auch für Transportlogistik ist die Post Ihre kompetente Partnerin. Sie bietet in der ganzen Schweiz und im grenznahen Ausland Lösungen an, die exakt auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.



Wirkt entlastend: Transporte und Lager an die Post delegieren.

Sicher um jede Kurve

Mit einem Transportauftrag können Sie Stückgut ausliefern lassen, das von 30 Kilogramm bis zu 5 Tonnen wiegt. Dessen Zustellung nimmt die Post nicht auf die leichte Schulter: Sie garantiert, dass Ihre Ware innerhalb von 24 Stunden (Montag bis Freitag) in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein überall ankommt, wo ein Lastwagen hinkommt. Mit der elektronischen Sendungsverfolgung haben Sie Ihre Güter jederzeit per Klick im Blick. Umfangreiche Zusatzleistungen wie Terminlieferung, Gefahrgut- und

Retourentransporte oder Samstagzustellung runden das flächendeckende Angebot ab.

So lagern Sie Ihr Lager aus

Ob Sie den notorischen saisonalen Lagerengpass vermeiden oder lieber in Ihr Kerngeschäft statt in Lagerinfrastruktur investieren wollen: Die Post bietet flexible und professionelle Lösungen für praktisch alle Produkte und

Ansprüche. Optimal eingerichtete und betreute Lagerplätze erhalten Sie für Elektronik, sperrige Güter, Ersatzteile und sehr kleine Produkte, für Temperaturempfindliches, Gefahrstoffe und Textilien. Interessant: die bedarfsgerechten Standard- und Zusatzleistungen – von der Kommissionierung bis zum Preisauszeichnen Ihrer Artikel. *an*

www.post.ch/transporte
www.post.ch/lager

Kombiverkehr

«Green Logistics» rechnet sich

Die Post kombiniert für ihre Transporte den Strassen- und Schienenverkehr. Das schont die Umwelt und senkt die Transportkosten.

«Wo möglich die Schiene, wo nötig die Strasse»: So lautet die Devise der Post beim Transportieren ihrer Brief- und Warensendungen. Das Herzstück des Kombiverkehrs ist der gelbe Container: Er wird rasch und mühelos vom Lastwagen auf den Güterwagen umgeladen – und umgekehrt.

Jetzt auch für Geschäftskunden

Seit kurzer Zeit können mit Kombiverkehr auch Geschäftskunden der Post eine bessere Ökobilanz und tiefere Transportkosten erzielen. Dies lohnt sich für Unternehmen, die regelmässig grössere Volumen ab zehn Paletten durch die Schweiz transportieren. Die Vorteile liegen auf der Hand: Dank des Taktfahrplans der Züge profitieren die Auftraggeber von einer hohen Terminqualität. Eine nach-

haltige Produktion bringt einen Imagegewinn, die unliebsamen Folgen der steigenden Energiepreise werden abgeschwächt, und die zu erwartenden CO₂-Abgaben werden tiefer ausfallen. *an*

www.post.ch/kombiverkehr

Starker Full Service für Webshops

Professionelle Leistungen von der Idee bis zum Versand und Inkasso: Die Post bietet Webshop-Betreibern einen lückenlosen Service entlang der gesamten E-Commerce-Prozesskette.

«Ein eigener Webshop? Die Idee ist verlockend, aber wir haben schlicht kein Know-how und keine Ressourcen dafür.» Immer mehr Unternehmen erkennen das Erfolgspotenzial des Online-Distanzhandels: Mit dem Verkauf ihrer Produkte über einen Webshop könnten sie den Absatz markant steigern und ihr Verkaufsgebiet erweitern – oft über die Landesgrenzen hinaus. Nur: Die Hemmschwelle ist hoch, da für den Aufbau und die Betreuung komplexer

E-Commerce-Prozessketten die richtigen Leute und das Spezialwissen fehlen.

E-Commerce – die Summe aus vielen Prozessen

Unter dem Begriff E-Commerce wird oft alles Mögliche verstanden. Was bedeutet er eigentlich? Laut Definition bezeichnet E-Commerce

die Abwicklung von Geschäftsprozessen für den Distanzverkauf in Zusammenhang mit der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien – und zwar über alle Phasen des E-Commerce-Verkaufsprozesses. So viel zur Theorie. In der Praxis bietet Ihnen die Post in jeder Phase des Prozesses professionelle Lösungen, die exakt auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind – siehe Grafik. Sie können aus den Angeboten der Post genau jene Module zusammenstellen, die Sie für eine effiziente und rentable E-Commerce-Prozesskette benötigen.



Umfassend: das E-Commerce-Angebot der Post.

Mehr Energie für das Business

Mit viel Erfahrung im Rücken erledigt die Post einfach alles, was sich um Ihren Online-Verkaufskanal dreht. Für jeden Prozessschritt stellt sie Ihnen Spezialisten zur Seite, die sich nicht zuletzt durch einen ausgeprägten Sinn für die Zusammenhänge über die gesamte Prozesskette hinweg auszeichnen. Komplexes wird einfach: Für sämtliche Leistungen haben Sie nur einen Ansprechpartner, und Sie können sich in aller Ruhe auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren. Auch auf der Kostenseite zahlt sich eine Zusammenarbeit mit der Post aus. Investitionen in Infrastruktur und IT entfallen, und Sie budgetieren transparente und klar definierte Kosten. Fazit: Die Schwelle für einen Eintritt in das Online-Business kann angenehm niedrig sein. *an*

www.post.ch/e-commerce

Komfortgewinn für Webshop-Kunden

Nie mehr ein Paket verpassen – PickPost machts möglich: Online-Shopper sind meistens nicht zu Hause, wenn der Postbote klingelt. Ihnen bietet PickPost eine attraktive Lösung: Per SMS und/oder E-Mail erfahren sie, wenn ihr Paket abholbereit ist. Jetzt können sie es an einer der schweizweit über 700 PickPost-Stellen abholen – im Bahnhof, an der

Poststelle oder der Tankstelle. Praktisch für Webshop-Betreiber: PickPost lässt sich nahtlos in den Online-Bestellprozess integrieren. *an*

www.post.ch/pickpost

Agenda

Messe ONE 2013

ONE place for web business: Auf der Messe ONE in Zürich dreht sich alles um Internet, E-Commerce, Social Media und Online Marketing. Auch diesmal wird die Post mit einem Stand vor Ort sein und sich auf Ihren Besuch freuen!

www.one-schweiz.ch
15.–16.5.2013 Messe Zürich

transport logistic 2013

Zum «Pflichttermin» der Branche lädt die weltweit anerkannte Leitmesse für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management, die transport logistic, auch dieses Jahr nach München ein. Besuchen Sie die Post am Stand 321/422 in der Halle 5 und erfahren Sie, was die Schweizer Logistikerin bei grenzüberschreitenden Geschäften alles bietet!

www.transportlogistic.de
4.–7.6.2013 transport logistic München

Seminarprogramm 1. Halbjahr 2013

Wer mehr weiss, hat mehr Erfolg! Im Seminarprogramm der Post finden Sie Tages- und mehrtägige Seminare zu den Themen Texten/Kreation, Telefonie, E-Mail-Marketing, neue Medien, Events, Verkauf, Auftreten und vielen mehr. Laden Sie das Seminarprogramm gleich als PDF herunter.

www.post.ch/dm-seminare

Postwerkstatt

Reduzieren Sie Ihren Arbeitsaufwand und optimieren Sie Ihre betriebsinterne Postorganisation durch die praxisorientierte Weiterbildung! Kompetente Referenten vermitteln Ihnen dabei wertvolles Wissen rund um die Dienstleistungen der Post.

www.post.ch/postwerkstatt

DirectPoint

Ihr DM auf den Punkt gebracht

Mit der Webplattform DirectPoint führt die Post Ihr Direct Marketing auf direktem Weg zum Erfolg.

DirectPoint ist die erste Adresse für erfolgreiches Direct Marketing. Unter www.post.ch/directpoint finden Sie zahlreiche Checklisten, Musterbriefe, Tipps sowie kostenlose Tools zum Planen und Umsetzen von gewinnbringenden Werbekampagnen.

Kostenloser Newsletter im Monatstakt

Von der Konzeption bis zur Erfolgskontrolle liefert Ihnen die Onlineplattform umfassendes und fundiertes Know-how von DM-Experten. Dabei sind die Informationen stets auf dem neusten Stand. Doch nicht nur per Internet bedient Sie die Post mit aktuellem Fachwissen zum Nulltarif, sondern auch im Monatstakt per E-Mail: Dank des elektronischen News-

letters DirectPoint sind Sie jederzeit über die DM-Trends informiert.

Kostenloses E-Learning im Wochentakt

Rund 56 000 Kursteilnehmer haben sich bis heute für die Gratis-Onlinekurse auf DirectPoint eingeschrieben – und es werden laufend mehr. Kein Wunder, die praxisnahen Kurse entsprechen dem Zeitgeist: Sie vermitteln nicht nur spannendes Grundwissen und vertieftes Praxis-Know-how, sondern werden zudem im Wochentakt per E-Mail in feinen und leicht verdaulichen Häppchen serviert.

Am besten, Sie klicken sich noch heute durch die vielfältigen Angebote von DirectPoint und tanken wertvolles Wissen, das Sie weiterbringt!
jme

www.post.ch/directpoint

Mailing-Guide

In neun Schritten zum Werbeerfolg

Holen Sie mühelos das Maximum aus Ihrem Werbebrief heraus: Die Post unterstützt Sie mit der Arbeitsplattform Mailing-Guide bei der Planung von adressierten Werbebriefen – und zwar vom Konzept bis zur Ausführung.

Damit eine Mailingaktion erfolgreich ist, muss alles passen: Zeitpunkt, Zielgruppe, Adressselektion, Angebot, Botschaft, Idee, Kreation, Umsetzung und Fulfillment. Klar und einfach führt Sie die Post mit dem webbasierten Mailing-Guide in neun Schritten durch alle Etappen Ihrer Werbeaktion. Von der Idee bis zur Erfolgskontrolle nach dem Versand bietet Ihnen die praktische Arbeitsplattform Hilfe-

Wir liefern Ihnen das Konzept

Nachdem Sie im Mailing-Guide alle relevanten Felder ausgefüllt haben, fasst der Konfigurator alle Ihre Eingaben zusammen. Am Schluss generiert er für Sie ein individuelles Mailingkonzept, das Ihnen als Basis für Offertanfragen sowie die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern – und schliesslich für erfolgreiches Werben – dient. Das Dokument können Sie auf Ihrem Computer als Word- oder PDF-Datei abspeichern und jederzeit weiterbearbeiten.
jme

www.post.ch/ mailing-guide

DirectGuide NPO

Ratgeber für erfolgreiche Spendenaufrufe



Wie Sie erfolgreich werben, verrät Ihnen der beliebte DirectGuide. Neben dem umfangreichen Praxishandbuch für KMU gibt es neu auch eine handliche und kostenlose Version speziell für Non-Profit-Organisationen.

Wie entwickeln Sie als Non-Profit-Organisation (NPO) eine zielführende Direct-Marketing-Aktion? Antworten dazu finden Sie im DirectGuide NPO. Das praktische Booklet richtet sich an Mitarbeitende von kleineren und mittelgrossen NPO, die bereits erste Erfahrungen im Versenden von Spendenaufrufen haben und damit in Zukunft noch erfolgreicher sein möchten.

Mehr Spenderinnen und Spender dank Direct Marketing

Beim Fundraising stehen persönliche Ansprache und der Dialog mit den Spenderinnen und Spendern im Mittelpunkt. Beides sind Kernelemente des Direct Marketings. Ein adressierter Briefversand erzielt nach wie vor grosse Wirkung. Der DirectGuide NPO hilft mit gezielten

Tipps, die Erfolgchancen bei den Spendeneinnahmen zu erhöhen. Der Ratgeber ist vorerst nur auf Deutsch erhältlich und kann kostenlos über unten stehenden Link angefordert werden.

jme

www.post.ch/directguide
→ DirectGuide für NPO

DirectExpert

Direct-Marketing-Wissen à la carte



Auf www.post.ch/directexpert finden Sie strukturiertes Wissen, das sämtliche Aspekte des Direct Marketings abdeckt: Von theoretischen Grundlagen bis hin zu Praxisbeispielen und Arbeitshilfen.

Der DirectExpert ist Ihre umfassende Direct-Marketing-Bibliothek. Sie wählen darin die Themen aus, die Sie interessieren, und eignen sich einfach per PDF-Download Wissen an – und zwar ohne sich um eine chronologische Abfolge zu kümmern. Werden Sachgebiete gestreift, die an einer anderen Stelle abgehandelt sind, schaffen Piktogramme die entsprechenden Bezüge. Inhaltliche Wiederholungen kommen aufgrund der engen Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Aspekten des Direct Marketings durchaus vor – doch sind die Redundanzen bewusst eingebaut, damit jedes Thema möglichst verständlich und vollständig erklärt ist. Viel Spass beim Stöbern! *jme*

www.post.ch/directexpert

Faszination

Eine Gesamtlösung, die fasziniert

Seit einem Jahr betreibt die Getränkeketten Faszination auch online ihr Geschäft – mit wachsendem Erfolg. Das Unternehmen hat dabei seinen ganzen Onlinehandel in die Hände der Post gelegt: vom Aufbau des Shops bis zum Kundendienst.

Das Sortiment kann sich blicken lassen: von Bier über Wein, Spirituosen bis hin zu alkoholfreien Getränken und diversen Geschenkartikeln – die Getränkehändlerin und Vinothek Faszination lässt in diesem Segment kaum Wünsche offen. 18 Verkaufsstellen in der Deutschschweiz zählt das Unternehmen inzwischen, und es werden noch weitere Läden hinzukommen. Zusätzlich vertreibt Faszination ihre Getränke auch online. «Nein, eigentlich nicht wir, sondern die Post!», lacht Geschäftsführer Rolf Blumenthal in seinem zweitjüngsten Geschäft in Ibach, Schwyz, wo er uns zum Gespräch empfängt. «Produkte sind austauschbar, der Service nicht. Natürlich wollen wir – so, wie unser Name sagt – unsere Kunden in jeder Hinsicht faszinieren. Er soll sich bei uns aufgehoben fühlen. Die Dienstleistungen der Post erfüllen diesen Anspruch ganz und gar.»



«Die Post hat uns schlichtweg umgehauen.»

Heineken Switzerland hat 2008 die Brauerei Eichhof samt ihren Verkaufsläden übernommen. Die Kette wurde daraufhin konzeptionell umgebaut und präsentierte 2011 ihren Neuauftritt auf dem Markt unter dem Namen Faszination. Bald darauf folgte der Wunsch nach einem E-Shop: «Zweifelsfrei eröffnen sich in diesem aufstrebenden Markt grosse Möglichkeiten für gute Geschäfte.» Und so folgte die Suche nach einem Anbieter, der ihr gesamtes Onlinegeschäft in die Hände nehmen würde. Fündig wurde der Geschäftsführer schliesslich bei der Post. «Durch Zufall», so Blumenthal, und dann etwas zögerlich: «Darf ich ehrlich sein?» Er habe ursprünglich ein verstaubtes Bild von der Post gehabt, und auch seine Partner waren zunächst skeptisch. «Doch nach den ersten Beratungsgesprächen mussten wir unser Vorurteil revidieren. Die Post hat uns schlichtweg umgehauen! Ihre Kompetenz und ihre unkonventionelle und unkomplizierte Art

Geschäftsführer Rolf Blumenthal ist mit seiner Partnerwahl vollauf zufrieden: «Mit der Post erreichen wir unsere anspruchsvollen Ziele.»

haben uns völlig überrascht. Wir haben die absolut richtige Wahl getroffen.»

Der E-Shop als genialer Kommunikationskanal

Vom E-Shop-Aufbau bis zum Kundenservice – seit einem Jahr hat die Post den ganzen E-Commerce-Prozess von Faszination übernommen. «Nur das Inkasso tätigen wir selber», fügt Blumenthal hinzu, «und auch der kommunikative Auftritt gehört zu unseren Aufgaben. Den Rest besorgt die Post für uns.» Der Rest beginnt etwa beim Betreiben des Shops auf der E-Commerce-Plattform, welche die Post aufgebaut hat, sowie beim Führen des Callcenters und des Debitorenmanagements. Auch für den physischen und elektronischen

Versand des Kundenmagazins ESSENZ ist die Post besorgt. Und nicht zuletzt lagern rund 280 verschiedene Wein- und Spirituosenarten im Logistikzentrum der Post in Dintikon, wo die Ware kommissioniert und über VinoLog zu den Kunden ausgeliefert wird. «Was ich besonders schätze, ist, dass wir einen persönlichen Ansprechpartner haben, der alle Fäden in den Händen hält. Das vereinfacht die ganzen Geschäftsprozesse enorm.»

Der E-Shop als Kommunikationskanal sei genial, meint der Geschäftsführer, doch wie jeder andere Geschäftsaufbau verlange auch dieser Handel Geduld. «Aber die haben wir. Bisher haben wir unsere anspruchsvollen Ziele mit der Post erreicht.» jme

www.faszination.ch

Zalando

«Die Schweizer legen grossen Wert auf guten Service.»

Innerhalb von vier Jahren vom kleinen Startup zum europäischen Player: Zalando hat ein märchenhaft anmutendes Wachstum hingelegt. Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren des deutschen Online-Modehändlers ist sein exzellenter Service. Für den Versand in der Schweiz zählt er auf Spitzenleistungen der Post.

Es scheint, als habe Zalando mit seinem breiten und zeitgemässen Sortiment, dem aufgeräumten Webshop und dem einfachen Bestellprozess den Nerv moderner Konsumentinnen und Konsumenten genau getroffen. Mittlerweile verschickt Zalando seine Schuhe, Modeartikel und Accessoires in 14 europäische Länder – seit Oktober 2011 auch in die Schweiz. Hier hat Dominik Rief, Country Manager Schweiz und Österreich, mit der Post eine Versandpartnerin im Rücken, die ihn glücklich macht.

Herr Rief, wie viele Pakete erhalten die Schweizer Kundinnen und Kunden von Zalando?

Dominik Rief (D.R.): Es sind mehrere Tausend Paketsendungen. Pro Tag!

Zalando analysiert das Kundenverhalten in 14 Ländern. Welche Eigenheiten hat Ihre Schweizer Kundschaft?

D.R.: Unsere Kundinnen und Kunden in der Schweiz haben einen sehr hohen Serviceanspruch. Uns fällt auf, dass sie sehr detaillierte Fragen stellen – so etwa zu den Bezahlarten oder den Produkten selbst. Oder: Die Schweizer stehen früher auf als andere! Deshalb ist unser Kundendienst jetzt schon ab sieben Uhr erreichbar, auch am Wochenende und jeweils

bis spätabends um 22 Uhr ... Während der Planung unseres Schweizer Marktauftritts haben wir im Länderteam sehr genau analysiert, wie die Schweizer «ticken». Uns war klar, dass wir die Schweizer Kunden nur glücklich machen können, wenn wir die lokalen Bedürfnisse und Wünsche ganz genau kennen ...

...das haben Sie ja offensichtlich erfolgreich geschafft.

D.R.: Danke, ja! Auch mithilfe der Schweizerischen Post. Sie erfüllt die hohen Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden an einen raschen Versand. Zudem geniesst sie bei unseren Zielgruppen viel Vertrauen und überzeugt mit ihrer Zuverlässigkeit: Die Post liefert garantiert schnell bis ins hinterste Bergtal!

Sie bieten Ihren Kundinnen und Kunden nicht nur einen kostenlosen Versand, sondern auch eine kostenlose Rücknahme von Artikeln, die nicht passen. Wie funktioniert diese?

D.R.: Die Kundin geht auf unsere Website und druckt ganz einfach eine Adressetikette aus, die auch gleich die Frankatur enthält, klebt die Etikette aufs Paket mit der nicht benötigten Ware und gibt es bei der Poststelle auf.

Wie steht die Schweizerische Post im europäischen Vergleich da?

D.R.: Sie ist extrem professionell und sehr flexibel in der Gestaltung neuer Prozesse, die unseren Service noch besser machen. Ein Beispiel: Wir liefern unsere Artikel jeden Abend per LKW im Paketzentrum an. Am Folgetag werden 98 Prozent der Bestellungen zugestellt. Momentan erarbeiten wir gemeinsam Lösungen, mit denen wir die Zustellung noch flexibler gestalten. Zudem sind unsere Ansprechpersonen bei der Post extrem nahe an den Zustellboten und den Kunden dran. Dadurch erhalten wir eine Menge wertvoller Rückmeldungen! *an*



Hebt mit Zalando auch in der Schweiz ab: Dominik Rief.

www.zalando.ch



Erleben Sie bei einer Besucherführung hautnah, wie die Post Millionen von Paketen und Briefen verarbeitet.

Besucherführungen

Schauen Sie der Post über die Schultern!

Willkommen im Herzstück der Schweizerischen Post: Bei einer spannenden Besucherführung erleben Sie hautnah, wie Abertausende von Paketen und Millionen von Briefen täglich verarbeitet werden. Als Betriebsausflug geradezu ideal.

Was braucht es, damit ein Paket oder ein Brief pünktlich und wohlbehalten bei seinem Empfänger ankommt? Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen der Post, und Ihnen werden diese und viele weitere Fragen rund um die Logistik bei der Post beantwortet.

Imposante Mengen und modernste Technologie

Die Post stellt jährlich über 100 Millionen Pakete und täglich 15 Millionen Briefe, Zeitungen und Werbesendungen zu. Hinter der Verarbeitung der imponierenden Sendungsmengen stehen präzise Prozesse, modernste Technologien und das tägliche Engagement von unzähligen Mitarbeitenden der Post.

Die Qual der Wahl

Paket- oder Briefzentrum? Oder beides? Sie haben die Qual der Wahl: Die Zentren der Post

liegen direkt in der Wirtschaftsbanane der Schweiz. Drei Paketzentren befinden sich in Frauenfeld, Härkingen und Daillens VD und drei Briefzentren in Zürich-Mülligen, Eclépens und Härkingen. Wählen können Sie auch zwischen den Sprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch, in denen die Führungen gehalten werden. Die Besucherführungen sind in Gruppen ab 10 Personen möglich. Vielleicht treffen wir Sie schon bald bei Ihrem nächsten Firmenausflug? Die Post freut sich darauf! *jme*

www.post.ch/besucherfuehrung

Nachhaltigkeit

CO₂-Ausstoss senken mit Eco-Drive

Richtig Gas geben kommt dem Klima zugute. Deshalb hat PostLogistics ihre rund 2500 Fahrerinnen und Fahrer in der umweltschonenden Fahrtechnik Eco-Drive ausbilden lassen.

Gemäss ihrer Nachhaltigkeitsstrategie will die Post ihren CO₂-Ausstoss in den Jahren 2011 bis 2013 um 15000 Tonnen reduzieren. Einen wichtigen Beitrag liefert PostLogistics mit der Eco-Drive-Ausbildung aller Fahrerinnen und Fahrer ihrer Last- und Lieferwagen.

Der Eco-Knopf sitzt im Kopf

Clever fahren ist mit Eco-Drive kein Kunststück. Dafür sind nur wenige Verhaltensänderungen nötig. Um diese als Routinen im Kopf abzuspeichern, haben die rund 2500 Fahrerinnen und Fahrer von PostLogistics bis Ende 2012 Eco-Drive-Fahrkurse absolviert. Hier haben sie zum Beispiel gelernt, den Motor ohne Gas zu starten. Oder schneller als gewohnt hochzuschalten, um auch innerorts gleichmässig im höchsten Gang zu fahren.

Über 1000 Tonnen weniger CO₂-Ausstoss

Richtig und konsequent angewendet, verbessert Eco-Drive die Ökobilanz und senkt die Kosten. Fachleute erwarten, dass die Post ihren jährlichen CO₂-Ausstoss dank der cleveren Fahrweise um insgesamt über 1000 Tonnen verringert. *an*

Fotovoltaikmodule

Sonnenenergie von der Post

20 ihrer Gebäude stattet die Post in den nächsten Jahren mit Fotovoltaikmodulen aus. Bereits am Netz ist die Anlage auf dem Briefzentrum Zürich-Mülligen.

Ende Dezember 2012 ging die Fotovoltaikanlage auf dem Briefzentrum Zürich-Mülligen in Betrieb. Sie soll jährlich rund 1300 MWh Strom erzeugen. Das entspricht dem Energiebedarf von 370 Haushaltungen. Mit einer Grösse von 8000 m², was mehr als der Grösse eines Fussballfeldes entspricht, gehört die Anlage schweizweit zu den grössten ihrer Art. Zeitgleich ging die Anlage auf dem Logistikzentrum in Yverdon-les-Bains mit einer Leistung von 130 MWh in Betrieb. Gesamthaft plant die Post, über 20 Postgebäude mit Fotovoltaikanlagen auszurüsten und damit über 6600 MWh sauberen Strom zu produzieren. Nach den Anlagen auf dem Briefzentrum Zürich-Mülligen



Sonnenstrom für 370 Haushalte vom Dach des Briefzentrums Zürich-Mülligen.

und in Yverdon-les-Bains wird die nächste Anlage auf dem Paketzentrum in Frauenfeld im Laufe dieses Jahres entstehen.

Wichtiger Beitrag zur Energiestrategie des Bundes und der Post

Die Schweizerische Post deckt ihren gesamten Strombedarf mit erneuerbaren Energien aus der Schweiz. Mit dem Einsatz von über 4000 Elektrorollern und 156 Biogasfahrzeugen in der Brief- und Paketzustellung setzt sich die Post aktiv für den Klimaschutz ein. Zudem kompensiert sie seit dem 1. April 2012 die CO₂-Emissionen des gesamten adressierten Inlandbriefverkehrs. Der Versand von Briefen innerhalb der Schweiz wird dadurch klimaneutral. *ma*

Nachhaltigkeit

Doppelstöckig unterwegs für Klimaschutz



Diese Jumbos machen Freude: 28 Doppeldecker-Sattelaufleger transportieren für die Post Paketsendungen. Weil sie auf zwei Etagen beladen werden können, bieten sie 50 Prozent mehr Ladekapazität. Das rechnet sich – dank der eingesetzten Doppeldeckerflotte spart die Post jährlich über 420 000 Liter Dieseltreibstoff ein und vermindert ihren CO₂-Ausstoss um 1100 Tonnen. *an*

PostCard Creator

Gewinnen Sie ein Postkartenmailing!

Mit PostCard Creator erstellen Sie im Handumdrehen professionelle Postkartenmailings und Flyers – einfach, schnell und online. Mit ein wenig Glück können Sie eines von fünf werbewirksamen Mailings (30 A5-Karten pro Mailing) im Wert von je 70 Franken gewinnen.

Überraschen Sie Ihre Kunden mit einem selbst gestalteten Postkartenmailing: PostCard Creator ist Ihr kreatives Onlineatelier. In wenigen Klicks und zu tiefen Kosten ist Ihre persönliche Post schon bei Ihrer Kundschaft.

Kreativ und unabhängig

Lassen Sie mit PostCard Creator Ihrer Kreativität freien Lauf – und zwar wann immer Sie wollen: Die effiziente Onlineapplikation steht Ihnen rund um die Uhr zur Verfügung. Sie können zwischen zahlreichen Postkartenformaten wählen und dabei Ihre eigenen Sujets einsetzen

oder auf die Vorlagen im PostCard Creator zurückgreifen. Nach der Gestaltung laden Sie einfach Ihre Adressdatei hoch – den Rest können Sie der Post überlassen.

Kleinstauflage mit grosser Wirkung

Bereits ab einer Mindestbestellmenge von einem Exemplar kann Ihre Werbebotschaft über PostCard Creator gedruckt und verschickt werden. Drei Tage nach Ihrer Auftragserteilung sind Ihre Karten versandbereit – oder darfs noch etwas schneller sein? Bei Expressbestellung wird Ihr Mailing gar am selben Tag verschickt.

Gewinnen, gestalten, versenden!

Senden Sie Ihren Kunden Ihre ganz persönliche Werbebotschaft: Die Post verlost fünf Gratis mailings (30 Adressen pro Mailing). Füllen Sie die beiliegende Antwortkarte aus und senden Sie diese bis am 30. April 2013 zurück. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. *jme*

Ab die Post und viel Glück!



www.post.ch/postcardcreator

PostCard Creator: bewährte Dienstleistung, neuer Name

Die beliebten Applikationen DirectFactory und SwissPostCard sind zusammengeslossen und durch die Applikation PostCard Creator abgelöst worden.