

DAS MAGAZIN FÜR UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

INFO POST

APRIL 2015



360 Grad DM

Der Rundumservice
der Post für erfolgreiches
Direct Marketing

Seite 3

E-Commerce

So machen Sie
mehr aus Ihrem
Onlinegeschäft

Seite 10

DIE POST 
Gelb bewegt.

SMS-Briefmarke

Einfach Briefmarken mit dem Handy kaufen

Unterwegs einen Brief abschicken wollen und keine Briefmarke zur Hand? Kein Problem: Frankieren Sie Ihren A-Post Brief rasch mit der SMS-Briefmarke.

Mit der SMS-Briefmarke präsentiert die Post eine innovative und unkomplizierte Lösung für das schnelle Frankieren Ihrer Briefe. Wo auch immer Sie gerade sind: Wenn Sie das Handy dabei haben, können Sie innert Sekunden eine Briefmarke kaufen – rund um die Uhr.

SMS senden, Code notieren – ab die Post

So funktioniert die SMS-Briefmarke: Senden Sie ein SMS mit dem Text MARKE an die Nummer 414. Sofort erhalten Sie einen Code, den Sie oben rechts auf den Umschlag schreiben. Fertig – Ihr Brief ist frankiert und kann eingeworfen werden! Keine Registrierung nötig. ■ an

Preise und Nutzungsbedingungen:
www.post.ch/smsbriefmarke



Code übertragen – und ab die Post!

Dialog-Marketing-Messe / Swiss eBusiness Expo 2015

Die Post verbindet offline und online

Die Schweizer DM-Branche erhält eine neue Plattform für den Know-how-Austausch und das Networking: Am 15. und 16. April 2015 feiert die Dialog-Marketing-Messe in Zürich ihre Premiere. Zugleich treffen sich unter dem gleichen Dach die E-Commerce-Anbieter an der Swiss eBusiness Expo 2015. An ihrem Stand an der Dialog-Marketing-Messe berät die Post ihre Kunden zu den Vorteilen physischer Mailings und präsentiert ihr umfangreiches Dienstleistungsangebot im Direct-Marketing-Bereich – inklusive Tipps und Tricks von DM-Experten. Auf zusätzlicher Standfläche zeigt die Post ihre E-Commerce-Dienstleistungen. ■ an

Dialog-Marketing-Messe/ Swiss eBusiness Expo 2015

Entdecken Sie, wie die Post Offline- und Online-massnahmen intelligent verbindet – und wie Sie damit Ihr Business vorwärtsbringen!

Hier Gratisticket bestellen:

www.dialog-marketing-messe.ch/post
www.dialog-marketing-messe.ch
www.swiss-online-marketing.ch

Messe Zürich

Mittwoch, 15. und Donnerstag, 16. April 2015;
9 – 17.30 Uhr



Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern | infopost@post.ch, www.post.ch/infopost

Redaktion: Post CH AG: Manuela Hamadi (ham) | Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern

BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) | Lukas Schmid, Text & Konzept: Lukas Schmid (ls)

Druck: Stämpfli Publikationen AG, Bern | Adressänderungen: infopost@post.ch

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



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C005019

Die Post: Ihre Generalunternehmerin für wirkungsvolles Direct Marketing

Von der Idee bis zur Erfolgskontrolle, von der Adressenvermittlung über den Versand bis zur Lagerhaltung: Bei allen Aktivitäten rund um Ihre Direktwerbung begleitet Sie die Post als kompetente und erfahrene Partnerin.

Viele Schweizer KMU sehen sich vor ähnliche Herausforderungen gestellt. Man sieht zwar das Erfolgspotenzial von Direct-Marketing-Aktionen, ist aber nicht in der Lage, entsprechende Projekte anzupacken. Sei es, weil die Werbe- und Marketingabteilung mit anderen Aufgaben ausgelastet ist – oder weil man schlicht über zu wenig Ressourcen und Know-how verfügt. Dazu kommt die wachsende Komplexität der Fragestellungen, beispielsweise: Wie kann man verschiedene Werbemassnahmen clever kombinieren?

Die Kräfte bündeln dank eines einzigen Ansprechpartners

Mit 360 Grad DM bietet Ihnen die Post ein einzigartiges Leistungsspektrum für erfolgreiches Direct Marketing an. Statt dass Sie für jede Aufgabe Ihres Projektes einen geeigneten Anbieter suchen und danach die Beteiligten koordinieren müssen, haben Sie nur einen einzigen Ansprechpartner für sämtliche Dienstleistungen. Dadurch sparen Sie Zeit und Geld –

die Ressourcen werden optimal eingesetzt. Die Post arbeitet mit bewährten Partnern aus den Bereichen Grafik, Text, Druck und Lettershop zusammen. Als Generalunternehmerin bürgt sie für die hohe Qualität Ihrer Werbeaktionen und eine sichere Umsetzung.

Einfacher Einstieg in die DM-Profi-Liga

Das erste Gespräch mit den DM-Spezialisten der Post ist unverbindlich und kostenlos. Kommt es zur Zusammenarbeit, nehmen die DM-Profis gerne die Planung Ihrer DM-Massnahmen in Angriff und begleiten Sie engagiert

Sie sparen Zeit und Geld – die Ressourcen werden optimal eingesetzt.

bei jedem einzelnen Schritt. Sie profitieren von den Erfahrungen und umfassenden Marktkenntnissen der Post. So wird Kompliziertes einfach, und Ihr KMU hat beste Chancen, dank wirkungsvollem Direct Marketing eine Erfolgsgeschichte zu schreiben. ■ an

www.post.ch/dms

360 Grad DM – alles aus einer Hand



Sendungen verfolgen – Sendung beobachten

Der Gratis-Beobachtungsdienst für Postsendungen

Das Verfolgen von Postsendungen ist jetzt noch einfacher: Wählen Sie die kostenlose Dienstleistung «Sendung beobachten» – und Sie werden per E-Mail automatisch über jede Statusänderung im Versandprozess einer Sendung informiert.

Die Mustermann AG verkauft in ihrem Webshop handgefertigte Puppen. Mit ihren Unikaten hat sie in der Schweiz eine Fangemeinde gewonnen. Ihre Kundinnen und Kunden können es oft fast nicht erwarten, dass das Paket mit dem bestellten Artikel eintrifft. So schön dieser Erfolg ist – er hat seine Kehrseiten: Rund ein Dutzend Kunden ruft immer wieder an, um sich nach dem Versandstatus zu erkundigen. Für sie hat der Puppenhersteller eine elegante Lösung gefunden: die kostenlose Dienstleistung «Sendung beobachten» der Post. So funktioniert sie: Ihren Kunden meldet die Mustermann AG die Sendungsnummern der betreffenden Pakete mit einem Hinweis auf «Sendung beobachten». Jetzt können die Kunden die Sendungsnummer selbstständig in «Sendungen verfolgen» eingeben und

ihre E-Mail-Adressen für die Zustellung der Versandinfos angeben. So erhalten die Kunden der Mustermann AG den aktuellen Versandstatus automatisch per E-Mail mitgeteilt. Sie erfahren direkt von der Post, wann genau die schöne Puppe bei ihnen eintreffen wird.

Praktisch für Empfänger, nützlich für Absender

Es spricht viel dafür, dass sich Versender mit «Sendung beobachten» Arbeit ersparen und bei ihren Kunden Goodwill schaffen. Sie können sich aber auch selbst – ebenso wie die Empfänger – mit «Sendung beobachten» über den aktuellen Zustellstatus informieren lassen. Nutzer von My Post Business empfangen auf Wunsch die Benachrichtigungen nicht nur mittels E-Mail, sondern überdies als SMS. Besonders bei wichtigen und wertvollen Sendungen sorgt dies für Entspannung, weil sie als Versender immer automatisch auf dem Laufenden gehalten werden. ■ an

www.post.ch/sendungsverfolgung

Diese Sendungen können Sie beobachten

Eine Beobachtung kann auf www.post.ch/sendungsverfolgung mit Angabe der Sendungsnummer für alle Brief- und Paketsendungen im Inland ausgelöst werden (Ausnahmen: Swiss-Kurier-Sendungen). Beobachtungen können Sie bei korrekter Schreibweise der Sendungsnummer auch dann bestellen, wenn die physische Sendung noch nicht von der Post angenommen worden ist. In diesem Fall sendet die Post eine Benachrichtigung an die hinterlegte E-Mail-Adresse, sobald sie die Sendung zum ersten Mal registriert.



Die Postsendungen immer im Blick – dank E-Mail-Benachrichtigungen.

Wissen, wann die Pakete ankommen

Die Post gestaltet das Empfangen von Paketsendungen jetzt noch bequemer: Mit dem kostenlosen Onlinedienst «Meine Sendungen» informiert sie ihre Kunden per SMS oder E-Mail über die Pakete, die zu ihnen unterwegs sind.

Der Onlinehandel boomt, die Kunden stellen hohe Ansprüche – gerade auch an den Empfang ihrer Bestellungen. Mit «Meine Sendungen» erfüllt die Post die Wünsche nach mehr Transparenz. Sobald ein Paket an einen Empfängerkunden unterwegs ist, erhält dieser ein SMS oder ein E-Mail, das ihn über den voraussichtlichen Zustelltermin informiert. Darüber hinaus enthält die Nachricht Angaben darüber, ob die Sendung im Ablagefach des Briefkastens Platz hat, ob der Empfang quittiert werden muss oder wie hoch ein allfälliger Nachnahmebetrag ausfällt. Der Kunde erhält diese Informationen für alle Pakete – auch für solche, die er nicht erwartet und deren Sendungsnummer er nicht kennt.

Das Paket mit dem Handy fernsteuern

Falls das Paket nicht zugestellt werden kann, erhält der Kunde neben der Abholungseinladung auf Papier ein SMS oder ein E-Mail.

Jetzt kann er sofort reagieren und am PC oder über die PostApp die Abholfrist verlängern, eine zweite Zustellung verlangen oder das Paket an eine andere Adresse weiterleiten lassen. Um «Meine Sendungen» zu nutzen,

registriert sich der Kunde einmalig über das «Login Post» im Postportal und nimmt dort die für ihn passenden Einstellungen vor. ■ an

www.post.ch/meine-sendungen



Die Zustelltermine dieser Pakete sind schon bei den Empfängern angekommen.

Temposteigerung für nachgesendete Pakete

Jetzt finden Pakete, für die Kunden einen Nachsendeauftrag erteilt haben, ebenso rasch ans Ziel wie alle «normalen» Paketsendungen.

Mit einem Nachsendeauftrag können sich Kundinnen und Kunden ihre Pakete an eine neue oder temporär gültige Adresse nachsenden lassen.

Bisher hat ein solches Paket einen Tag länger als «normale» Pakete benötigt, bis es zugestellt wurde. Seit Kurzem wird es in der gleichen Frist ausgeliefert. Diese Verbesserung hat die Post mit optimierten Sortierprozessen in ihren Paketzentren erzielt. ■ an



«Unser Marktanteil erhöhte sich
um 18,4 Prozent.»

Claudia Leuenberger, Senior Brand Manager bei der Feldschlösschen Getränke AG

Feldschlösschen Getränke AG

Prickelndes Sampling für Schweppes Ginger Ale

Feldschlösschen, die führende Brauerei der Schweiz, ist auch der grösste Getränkehändler des Landes. 2014 hat das Unternehmen ein überaus erfolgreiches Briefkasten-Sampling mit über 330000 Schweppes Halbliterflaschen durchgeführt.

Schweppes Ginger Ale gilt als Champagner unter den Erfrischungsgetränken. Im April 2014 beschrift die Feldschlösschen AG neue Wege bei der Bewerbung des Traditionsgetränks. Mit der Post als Partnerin wurde eine umfangreiche Sampling-Aktion geplant, getestet und durchgeführt. Der Erfolg der Aktion sorgte bei Senior Brand Manager Claudia Leuenberger für Champagnerlaune.

Frau Leuenberger, warum planten Sie für Schweppes Ginger Ale ein Sampling und nicht zum Beispiel eine Ladenpromotion?

Claudia Leuenberger (C.L.): Wir wollten im Rahmen unseres Budgets möglichst viele Konsumentinnen und Konsumenten erreichen und etwas Neues ausprobieren. Promotionen und Samplings im Detailhandel oder an Bahnhöfen sind aber ziemlich teuer und personalintensiv. Das Briefkasten-Sampling bietet ein attraktives Preis-Leitungs-Verhältnis und ermöglicht den Empfängern, Schweppes Ginger Ale zu Hause in aller Ruhe probieren zu können.

Wie wurden Sie auf das Angebot der Post aufmerksam?

C.L.: Den ersten Kontakt knüpfte ich über die Website der Post. Dort war ich von der Fülle der Angebote fast ein wenig überwältigt. Mein Kundenberater konnte mich dann aber klar und gezielt informieren und überzeugte mich mit seiner grossen Fachkompetenz.

Wie konnten Sie vom Dialogmarketing-Know-how der Post profitieren?

C.L.: Der Kundenberater zog frühzeitig den Fachbereich Direct Marketing Services sowie die Abteilung Kundenlösungen hinzu. Damit sassen alle Spezialisten an einem Tisch. Besonders

schätzte ich das Angebot, einen Testlauf mit drei verschiedenen Varianten zu starten. Geprüft wurde das Flaschen-Sampling mit Wettbewerbsflyer in Briefkästen, nur der Wettbewerbsflyer als Wurfsendung sowie die Abgabe der Flaschen in Poststellen, ebenfalls inklusive Wettbewerbsflyer.

Gab es neben dem Sampling Begleitmassnahmen?

C.L.: Ja, wir schalteten TV-Werbung, waren in diversen Print- und Handelsmedien präsent, überarbeiteten das Design der Etiketten und stimmten das Haushalts-Sampling auf die Detailhandelspromotionen ab.

Sind Sie mit dem Echo auf die Aktion zufrieden?

C.L.: Auf jeden Fall. Der vom Marktforschungsinstitut Nielsen gemessene Marktanteil im Segment erhöhte sich um 18,4 Prozent und wir erhielten körbeweise Wettbewerbstalons – insgesamt zählten wir über 50000 Teilnehmende. Reklamationen gab es auch, jedoch aus einem für uns erfreulichen Grund: Es meldeten sich Personen, die keine Flasche erhielten und sich darüber beschwerten. Dies war jedoch kein Fehler der Post, sondern lag am «Keine Werbung»-Kleber am Briefkasten.

Werden Sie wieder mal eine Sampling-Aktion mit der Post durchführen?

C.L.: Das kann ich mir durchaus vorstellen. Der Erfolg der Aktion spricht dafür, die Aktion mit einer anderen Marke aus unserem Portfolio zu wiederholen. ■ Is

www.feldschloessen.com
www.post.ch/promopost

Brief mit Vertragsunterzeichnung

Persönliche Übergabe für mehr Vertragsabschlüsse

Auch im viel beschworenen digitalen Zeitalter lassen sich gewisse Geschäfte nur durch eine physische Unterschrift rechtsgültig abschliessen. Seit dem 1. Januar 2015 erleichtert die neue Dienstleistung «Brief mit Vertragsunterzeichnung» diese Pflicht.



Eine persönliche Übergabe verbessert die Abschlussrate.

Das Smartphone-Abo ist bestellt, die Versicherungspolice telefonisch angepasst. Jetzt fehlt nur noch eine Unterschrift, um die Sache zu besiegeln. Oft bleiben die anschliessend zugestellten Vertragsunterlagen beim Empfänger jedoch liegen oder gehen vergessen. Die Folge: Es kommt für die beteiligten Unternehmen nicht zum erhofften Vertragsabschluss.

Der Postbote als Vermittler

Die Post hat ein neues Produkt entwickelt, das die Erfolgsaussichten von Vertragsabschlüssen merklich erhöht. Und so einfach funktioniert es: Beispielsweise verschickt ein Telekomunternehmen nach dem Verkaufsgespräch eine briefliche Vorinformation samt Vertrag. Wenige Tage später setzt der Postbote den Kundenkontakt fort, indem er die Vertragsdokumente nochmals persönlich überbringt. Er öffnet das Zweiwegecouvert, bittet um eine Unterschrift und nimmt den unterzeichneten Vertrag auch gleich wieder mit, um ihn an das Telekomunternehmen zurückzusenden.

Höhere Umsetzungsquote

Für einen reibungslosen Vertragsabschluss bildet die Qualität der Dienstleistung eine wichtige Komponente. Dies zeigte sich in der Pilotphase: Dank der persönlichen Übergabe der Dokumente durch den Postboten erhöhte sich die Zahl der erfolgreichen Vertragsabschlüsse signifikant. Weitere Vorteile: Dank einheitlicher Sendenummer für beide Wege hat der Auftraggeber den Prozess jederzeit unter Kontrolle. Eine allfällige Nichtunterzeichnung wird ihm ebenfalls sofort rückgemeldet, was ihm ein schnelles Nachfassen erlaubt.

Erfolgreich Neukunden gewinnen

Geeignet ist die innovative Dienstleistung «Brief mit Vertragsunterzeichnung» insbesondere für Telekomfirmen, Versicherungen, Krankenkassen und Kreditinstitute – und ganz generell für Firmen, die bei der Neukundenakquisition Effizienz mit Erfolg verknüpfen möchten. ■ Is

www.post.ch/brief-mit-vertragsunterzeichnung

Umzugsmitteilung

Müheless kostspielige Retouren reduzieren

Aktuelle Adressdaten sind das A und O für eine reibungslose Postzustellung. Mit der neuen elektronischen Umzugsmitteilung erhalten Unternehmen die topaktuellen Adressen ihrer umgezogenen Kunden.

Seit Mai 2014 testet die Post die Umzugsmitteilung. Im Anschluss an einen Nachsendeauftrag können Umzuger ihre neue Adresse im Internet einfach und gezielt an die für sie relevanten Unternehmen übermitteln. Mithilfe der eintreffenden Umzugsmitteilungen optimieren Unternehmen ihre Adressqualität und reduzieren

kostspielige Retouren. Gleichzeitig profitieren sie von der Platzierung ihrer Marke in einer Anwendung mit hohem Nutzen für ihre Kunden.

Rege Nutzung bereits in der Pilotphase

Die Umzugsmitteilung funktioniert bereits in der Testphase einwandfrei und wird immer öfter genutzt: Pro Tag erstellen im Schnitt 50 Umzuger Mitteilungen, die tagesaktuell an die angewählten Unternehmen versendet werden. Pro Monat erhalten die Unternehmen rund 10 000 Adressmeldungen. ■ Is

www.post.ch/umzugsmitteilung

So kommt Ihr Unternehmen auf die Plattform

Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihre Adressqualität weiter zu verbessern, und melden Sie Ihr Unternehmen für die elektronische Umzugsmitteilung an. Über 200 namhafte Schweizer Unternehmen und Marken machen bereits mit. Die Spezialisten in Sachen Umzugsmitteilung helfen Ihnen gerne weiter: umzugsmitteilung@post.ch

Swiss Post GLS Flex Delivery Service

Neue Freiheiten für Paketempfänger im Ausland

Die Post sorgt nicht nur im Inland laufend für Vereinfachungen beim Empfangen von Sendungen. Auch in mehreren europäischen Ländern ist es noch komfortabler geworden, Pakete aus der Schweiz zu erhalten.

Im Versandhandel macht der Service den Unterschied. Es verwundert daher nicht, dass Schweizer Distanzhändler ihren Kundinnen und Kunden im Ausland gleich flexible Versandoptionen bieten möchten wie die dort ansässigen Mitbewerber. Die Post hat dieses Bedürfnis erkannt und eine neue Dienstleistung lanciert: Swiss Post GLS Flex Delivery Service.

Höhere Erstzustellrate dank grösserer Flexibilität

Mit dem neuen Produkt erhalten Empfängerinnen und Empfänger von Paketen mehr Mög-

lichkeiten bei der Zustellung: Der Lieferort und das Zustelldatum können flexibel gewählt und dem persönlichen Tagesablauf angepasst werden. Insbesondere im Privatkundenbereich lässt sich so die Erstzustellrate merklich erhöhen.

Ein Gewinn für alle

Swiss Post GLS Flex Delivery Service sorgt für zufriedener Kundinnen und Kunden, Zeitersparnis und ein ökologisches Plus durch die Vermeidung von weiteren Zustellversuchen. Auf diese Weise punkten die Schweizer Distanzhändler nicht nur mit grossartigen Produkten, sondern auch mit einem ebensolchen Versand. Die neue Dienstleistung steht seit Januar 2015 für die Märkte Deutschland, Österreich, Belgien und Polen zur Verfügung. ■ Is

www.swisspost-gls.ch

→ [Paketversand](#) → [Zusatzleistungen](#)

«Wie verschicke ich etwas möglichst schnell von A nach B?»



Der Swiss-Kurier der Post holt Briefe, Pakete oder unverpackte Güter bei Ihnen zu Hause oder im Büro ab und bringt sie auf direktem Weg zum Empfänger. Ein Anruf auf die Gratisnummer 0800 888 888 genügt, und die Sache kommt ins Rollen. Oder Sie geben die Bestellung übers Internet auf. Durch die clevere Kombination von Velo, Bahn und Strasse erzielt der Swiss-Kurier rekordverdächtige Geschwindigkeiten bei geringstmöglicher Belastung der Umwelt.

www.post.ch/swiss-kurier

«Ab welchen Massen gilt eine Sendung als Sperrgut?»

In die Kategorie Sperrgut fallen Pakete, die in ihren Abmessungen vom Standard abweichen, unverpackte Sendungen und Sendungen mit Anhangadresse. Als Sperrgut gilt, was länger als 1 Meter ist oder in zwei Dimensionen über 60 Zentimeter Länge aufweist. Die Maximallänge beträgt 2,5 Meter und das Gurtmass ($2 \times \text{Höhe} + 2 \times \text{Breite} + \text{längste Seite}$) darf nicht mehr als 4 Meter betragen. Das Höchstgewicht liegt bei 30 Kilo.

www.post.ch/sperrgut



Neu: mehr Versandoptionen für Deutschland, Österreich, Belgien und Polen.

Themenwebsite E-Commerce

Alle E-Commerce-Angebote auf einen Klick

Möchten Sie Ihr Potenzial im Onlinehandel noch besser ausschöpfen? Dann lohnt sich ein Besuch auf www.post.ch/e-commerce. Hier finden Sie das umfassende Dienstleistungsangebot der Post sowie viele wertvolle Tipps und Informationen.

Nutzen Sie alle Instrumente optimal, um Ihren Webshop profitabel zu betreiben? Mithilfe eines Selbsttests auf der neu gestalteten Themenwebsite E-Commerce der Post finden Sie heraus, wo Sie stehen – und welche Angebote der Post Sie weiterbringen könnten. Eine gute Gelegen-

heit, um sich auf den neusten Stand zu bringen und frische Ideen zu entwickeln.

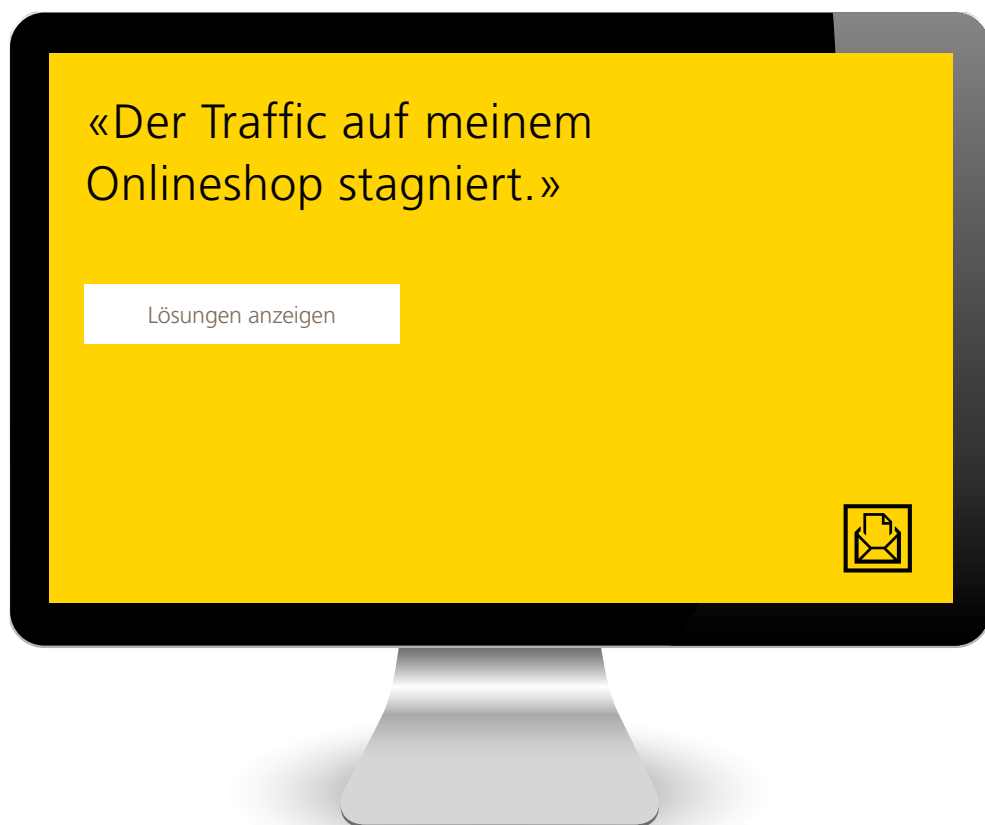
Komplett und aus einer Hand: die E-Commerce-Services der Post

Platzt das Lager für Ihren E-Shop aus allen Nähten? Können Sie die Kundenanfragen nicht mehr bewältigen? Oder nimmt das Mahnen säumiger Kunden zu viel Zeit in Anspruch? Die Post hält für diese – und unzählige weitere – Herausforderungen des Onlinehandels bewährte Lösungen bereit. Das komplette Dienstleistungsangebot umfasst die gesamte Wertschöpfungskette im E-Commerce: Von der Vermarktung über die Bestellung und Bezahlung bis hin zur Logistik und Kundenbetreuung erhalten Sie von den Spezialisten der Post tatkräftige Unterstützung. Die Services sind einzeln erhältlich oder im Baukastenprinzip kombinierbar. Auf www.post.ch/e-commerce sind sie übersichtlich und ansprechend dargestellt.

Lernstoff – oder wie man Gutes besser macht

Auf der neuen Themenwebsite blicken Sie den Besten über die Schulter: Best-Practice-Beispiele vermitteln Ihnen neue Ideen und Inspirationen. Viel Wissenswertes erfahren Sie auch in den Onlinepublikationen und im unterhaltsamen Video. Schauen Sie herein! [■ an](#)

www.post.ch/e-commerce



sobu

Online-Empfehlungsmarketing hat Potenzial

Seit zwei Jahren ist die Empfehlungs-marketing-Plattform sobu online. Schon über 70 Onlineshops machen mit. Eine Studie zeigt: Das Marktpotenzial ist noch längst nicht ausgeschöpft.

Roger hat online ein Home-Cinema-System gekauft. Über Facebook empfiehlt er seinen Einkauf. Sein bester Freund Max sieht den Ein-

trag und kauft beim selben Onlineshop einen neuen TV. Jetzt erhält Roger für seine erfolgreiche Empfehlung eine Gutschrift des Shops: So funktioniert sobu – die Plattform für «Mundpropaganda» im Social Web. Laut einer Studie kann sich sobu in der Schweiz ein Potenzial von bis zu 1,8 Millionen Nutzern erschliessen, in Deutschland sogar bis zu 18,3 Millionen. Zudem bestätigt die Studie: sobu wird in beiden Ländern als einzigartig und neu wahrgenommen. Gute

Gründe, um ausländische Märkte zu bearbeiten, finden die sobu-Macher – und expandieren zunächst nach Deutschland. [■ an](#)

www.sobu.ch



Die Post macht es Ihnen im Web schon bald einfacher



Aufgeräumt und benutzerfreundlich: der neue Webauftritt der Post.

Im Juni 2015 aktiviert die Post ihren rundum erneuerten Webauftritt. Als Geschäftskunde profitieren Sie von mehr Benutzerfreundlichkeit und schnellerem Zugriff auf Ihre meistbenutzten Onlinedienste.

Bei der Umstellung auf die neue Website der Post bleiben Ihre Login-Zugangsdaten und -informationen unverändert. Und auch die bestehenden Shortcuts Ihrer favorisierten Seiten bleiben gleich. Der neue Webauftritt der Post macht vielmehr alle zu Gewinnern: Ab Juni erledigen Sie Ihre Onlinegeschäfte mit der Post effizienter denn je.

Alles im Griff mit dem neuen Kundencenter

Als Geschäftskunde steht Ihnen im neuen Kundencenter die ganze Palette der Post-Onlinedienste zur Verfügung: vom Aufgabeverzeichnis bis zum PromoPost-Tool, von der Sendungsverfolgung bis zu WebStamp – und alle anderen

bewährten Tools. Besonders praktisch: Oft genutzte Onlinedienste speichern Sie als Favoriten ab und greifen später immer wieder einfach darauf zu. Neu können Sie Ihrer Favoritenliste auch ausgewählte Dokumente und Webseiten hinzufügen. Wenn Sie nicht sicher sind, welchen Onlinedienst Sie für eine Aufgabe benötigen, führt Sie der Weg via Themengruppen (z. B. «Versenden und transportieren» oder «Lagern») auf intuitive Weise ans Ziel.

Ein Login für alles

My Post Business und Login Post werden abgelöst. Ein einheitliches Login führt Sie in Ihren persönlichen Bereich im neuen Kundencenter. Die aktuellen Funktionen (neu: Onlinedienste) von My Post Business und Login Post sind über das Kundencenter erreichbar. In Ihrem persönlichen Bereich im Kundencenter werden Ihre favorisierten Onlinedienste und Dokumente übersichtlich dargestellt, sodass Sie schneller darauf Zugriff haben.

Grosser Praxistest für reibungslosen Betrieb

Bei der Entwicklung des neuen Webauftrittes hat die Post nichts dem Zufall überlassen. Trotzdem weiss auch sie, dass beim Zusammenspiel

Ab Juni erledigen Sie Ihre Onlinegeschäfte mit der Post effizienter als je zuvor.

unzähliger Funktionen und komplexer Anwendungen nicht jedes Detail von Anfang an optimal funktioniert. Deshalb prüfen gegenwärtig 500 Kunden die neuen Webseiten und die Onlinedienste zwei Monate lang auf Herz und Nieren – damit Sie sich ab Juni an einer frisch aufgeräumten und korrekt funktionierenden www.post.ch erfreuen können. ■ an

**LESER-
ANGEBOT**

Postwerkstatt

Gewinnen Sie ein Seminar in der Postwerkstatt!

Der Postversand gehört in Schweizer Unternehmen jeder Grösse zum täglichen Brot. Wer die richtigen Tipps und Dienstleistungen kennt, spart dabei viel Zeit.

Wer weiss mehr über die Post als die Post selbst? Um ihr Wissen mit ihren Kundinnen und Kunden zu teilen, veranstaltet die grösste Logistikerin der Schweiz unter der Bezeichnung «Postwerkstatt» regelmässig Seminare. Angesprochen sind Mitarbeitende der internen Hauspost von Unternehmen, die den täglichen Postversand optimieren und Abläufe beschleunigen möchten. Die Seminare dauern jeweils einen Tag und werden auf Deutsch und Französisch angeboten. Kursorte und Termine erfahren Sie über den Link am Ende des Artikels.

Praxisorientiert und langfristig lohnend

Die Postwerkstatt bietet zwei Kurse an: Das Seminar «Post» vermittelt Ihnen einen umfassenden Überblick über die logistischen Möglichkeiten beim Versand von Briefen und Paketen ins In- und Ausland. Im Seminar «Post am PC» vertiefen Sie Ihr Wissen über die Onlinedienste der Post und deren Dienstleistungen für das Bestellen, Versenden, Emp-

fangen, Kalkulieren und Verfolgen von Sendungen. Sie erhalten jeweils eine ausführliche Dokumentation, die Sie während des Seminars ergänzen können und die Ihnen nachher als Nachschlagewerk dient.

Von Teilnehmenden wärmstens empfohlen

Das Feedback zur Postwerkstatt spricht für sich: Rund 95% aller Teilnehmenden würden die Veranstaltung ihren Arbeitskollegen weiterempfehlen. Gelobt werden insbesondere die Spontaneität der Referenten und ihre Bereitschaft, auf Fragen sofort zu reagieren und praxisnahe Beispiele zu liefern.

Leserangebot: Gewinnen Sie einen Seminar-Gutschein

Gewinnen Sie einen von fünf Gutscheinen für ein Postwerkstatt-Seminar Ihrer Wahl («Post» oder «Post am PC») im Wert von bis zu CHF 279.– inklusive Mittagessen und Dokumentation! Füllen Sie einfach die Antwortkarte aus und senden Sie uns diese bis am 20. April 2015 zurück. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. ■ ls

www.post.ch/postwerkstatt

Postwerkstatt – der Steckbrief

Seminar «Post»

CHF 239.–
zweite Person des gleichen Unternehmens CHF 189.–

Seminar «Post am PC»

CHF 279.–
zweite Person des gleichen Unternehmens CHF 229.–

Im Preis inbegriffen sind Dokumentationsmaterial und ein Mittagessen. Beide Seminare dauern einen Tag und werden sowohl in der deutschen Schweiz wie auch in der Romandie angeboten.