

LA RIVISTA PER I NOSTRI CLIENTI COMMERCIALI

INFO POSTA

APRILE 2015



DM a 360 gradi

Il servizio completo della
Posta per un marketing
diretto efficace

Pagina 3

E-commerce

Per far fruttare al meglio
il proprio shop online

Pagina 10

LA POSTA 

Dinamismo giallo.

Francobollo SMS

Acquistare francobolli con il cellulare

Siete fuori casa e volete spedire una lettera, ma siete rimasti senza francobolli? Nessun problema: affrancate la vostra lettera di Posta A in tutta velocità con il francobollo SMS.

Con il francobollo SMS la Posta presenta una soluzione semplice e innovativa per un'affrancatura rapida delle vostre lettere. Ovunque vi troviate, se avete con voi il vostro cellulare potete acquistare un francobollo nel giro di pochi secondi – 24 ore su 24.

Inviare un SMS e annotare il codice... la Posta penserà al resto

Ecco come funziona il francobollo SMS: inviate un SMS con il testo BOLLO al numero 414: riceverete immediatamente un codice da riportare in alto a destra sulla busta. Il gioco è fatto: la lettera è affrancata e può essere impostata. Non è necessaria alcuna registrazione. ■ an

Per prezzi e condizioni di utilizzo:
www.posta.ch/francobollosms



Riportate il codice... la Posta penserà al resto!

Fiera Dialog Marketing / Swiss eBusiness Expo 2015

La Posta collega offline e online

Il settore svizzero del marketing diretto può vantare una nuova piattaforma per lo scambio di know how e il networking. Il 15 e 16 aprile 2015 la fiera Dialog Marketing festeggia il suo debutto a Zurigo. Contemporaneamente, gli operatori di e-commerce si incontrano sotto lo stesso tetto durante l'evento Swiss eBusiness Expo 2015. Presso il proprio stand alla fiera Dialog Marketing, la Posta consiglierà i clienti in merito ai vantaggi del mailing in formato cartaceo e presenterà l'ampia offerta di prestazioni nel settore del marketing diretto, con suggerimenti e consigli degli esperti di DM. Come offerta supplementare, la Posta presenterà le proprie prestazioni di e-commerce. ■ an

Fiera Dialog Marketing / Swiss eBusiness Expo 2015

Venite a scoprire come la Posta riesce a coniugare in maniera intelligente iniziative offline e online... e come migliorare con noi i vostri affari!

Per ordinare i biglietti gratuiti:
www.dialog-marketing-messe.ch/post
www.dialog-marketing-messe.ch
www.swiss-online-marketing.ch

Fiera di Zurigo

Mercoledì 15 e giovedì 16 aprile 2015;
dalle 9.00 alle 17.30



Colophon

Editrice: Posta CH SA, Viktoriastrasse 21, 3030 Berna | infoposta@posta.ch, www.posta.ch/infoposta

Redazione: Posta CH SA: Manuela Hamadi (ham) | Layout e realizzazione: Polyconsult AG, Berna

BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) | Lukas Schmid, Progetto e testo: Lukas Schmid (ls)

Stampa: Stämpfli Publikationen SA, Berna | Modifiche dell'indirizzo: infoposta@posta.ch

Pubblicazione trimestrale. I dati sono puramente indicativi e passibili di cambiamenti e modifiche.

La Posta: la vostra impresa generale per un marketing diretto efficace

Dall'idea al controllo dei risultati, dalla trasmissione degli indirizzi alla spedizione e infine alla gestione delle scorte: per tutte le attività relative alla vostra pubblicità diretta per corrispondenza, la Posta vi accompagna in qualità di partner competente ed esperto.

Molte PMI svizzere devono affrontare sfide simili. Si percepisce il potenziale di successo delle azioni di marketing diretto, ma non si è in grado di sviluppare progetti adeguati. Ad esempio, perché la divisione marketing e promozione è già troppo impegnata con altri compiti oppure semplicemente perché si hanno a disposizione poche risorse e poco know how. A questo si aggiunge la crescente complessità delle domande, ad esempio: come si possono combinare tra loro le diverse misure promozionali in modo intelligente?

Unire le forze grazie a un unico interlocutore

Con «DM a 360 gradi» la Posta vi offre una gamma unica di servizi per un marketing diretto di successo. Invece di cercare un fornitore adatto per ogni incarico del vostro progetto e dovere in seguito coordinare i partecipanti, avrete un unico interlocutore per tutti i servizi, risparmiando così tempo e denaro e impiegando le risorse in modo ottimale. La Posta si avvale della

collaborazione di partner esperti di grafica, testi, stampa e lettershop. Come impresa generale, la Posta garantisce l'elevata qualità e la sicura attuazione delle vostre campagne pubblicitarie.

Accesso semplice ai professionisti del marketing diretto

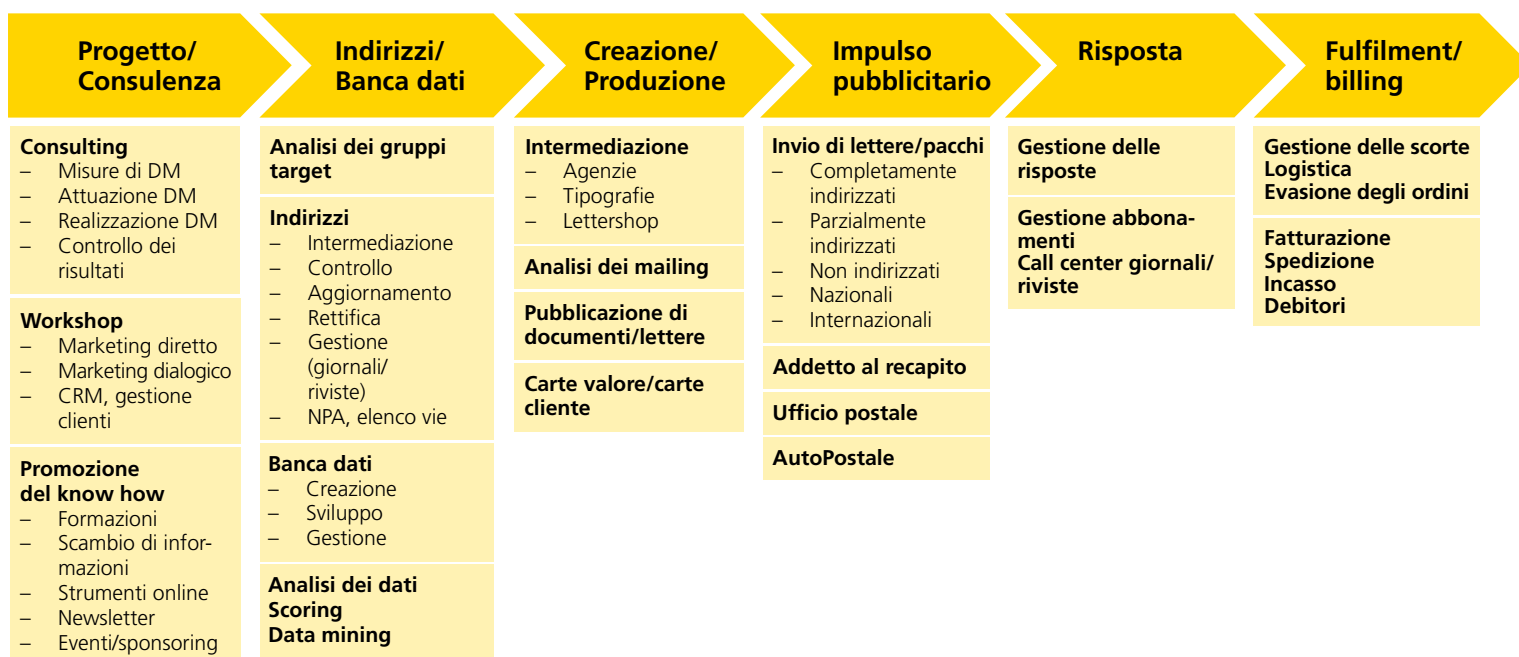
Il primo colloquio con gli specialisti DM della Posta è gratuito e senza alcun impegno. Se ciò si traduce in una collaborazione, i nostri professionisti del marketing diretto saranno lieti di dedicarsi alla pianificazione delle vostre

Risparmiate tempo e denaro e impiegate le risorse in modo ottimale

misure di DM e di accompagnarvi attivamente passo dopo passo. Approfittate dell'esperienza e delle vaste conoscenze di mercato della Posta: ciò che è complicato diventerà semplice, e la vostra PMI avrà le migliori possibilità di scrivere una storia di successo grazie a un marketing diretto efficace. ■ an

www.posta.ch/dms

DM a 360 gradi: un servizio a tutto tondo



Monitorare e tracciare gli invii

Il servizio gratuito di monitoraggio degli invii postali

Il monitoraggio degli invii postali da oggi è ancora più semplice: selezionate il servizio gratuito «Monitorare l'invio» e verrete automaticamente informati via e-mail di ogni cambiamento di stato nel processo di spedizione di un invio.

L'azienda Esempro SA vende sul proprio webshop bambole realizzate a mano. I suoi pezzi unici hanno trovato in Svizzera una clientela molto affezionata, che quando acquista, poi non vede l'ora che il pacco contenente l'articolo ordinato arrivi. Il successo dell'azienda è davvero grande, ma ha i suoi lati negativi: circa una dozzina di clienti chiama continuamente per informarsi sullo stato della spedizione. Per questi clienti il produttore di bambole ha trovato una soluzione brillante: il servizio gratuito «Monitorare l'invio» della Posta. Ecco come funziona. L'azienda Esempro SA comunica ai suoi clienti il numero d'invio dei rispettivi pacchi con il rimando a «Monitorare l'invio». Ora i clienti possono inserire autonomamente il numero d'invio in «Monitorare l'invio» e indicare il proprio indirizzo e-mail per

la notifica delle informazioni relative alla spedizione. Lo stato corrente della spedizione verrà quindi comunicato ai clienti di Esempro SA automaticamente via e-mail. La Posta stessa comunicherà loro quando potranno ricevere di preciso le loro belle bambole.

Pratico per il destinatario, utile per il mittente

Grazie a «Monitorare l'invio» gli speditori possono risparmiarsi del lavoro e guadagnare ancora più fiducia presso i propri clienti. Anche gli stessi speditori – proprio come i destinatari – potranno informarsi sullo stato corrente del recapito tramite «Monitorare l'invio». Gli utenti My Post Business possono, su richiesta, ricevere gli avvisi non solo via e-mail, ma anche via SMS. Soprattutto in caso di invii importanti e di valore, questa opzione garantisce tranquillità agli speditori, che saranno così sempre automaticamente aggiornati. ■ an

www.posta.ch/tracciamentodegliinvii

Potete monitorare questi invii

In Svizzera, il monitoraggio può essere eseguito da www.posta.ch/tracciamentodegliinvii indicando il numero d'invio per tutti gli invii di lettere e pacchi (fanno eccezione gli invii Corriere Svizzero). Se il numero d'invio è scritto correttamente, il monitoraggio può essere richiesto anche se l'invio cartaceo non è ancora stato accettato dalla Posta. In questo caso, non appena la Posta avrà registrato l'invio per la prima volta, invierà un avviso all'indirizzo e-mail salvato.



Invii postali sempre sotto controllo grazie agli avvisi via e-mail.

I miei invii

Per sapere quando arrivano i vostri pacchi

La Posta crea una ricezione ancora più comoda dei pacchi postali: grazie al servizio online gratuito «I miei invii», informa i propri clienti via SMS o e-mail sui pacchi in viaggio verso di loro.

Il commercio online è in rapida crescita e i clienti ripongono grandi aspettative, anche nella ricezione delle loro ordinazioni. Grazie a «I miei invii» la Posta esaudisce il desiderio di una maggiore trasparenza. Non appena un pacco è in viaggio verso un cliente destinatario, questo riceve un SMS o una e-mail che lo informa del termine di recapito previsto. Il messaggio contiene inoltre altre informazioni utili: se il pacco entra nella cassetta di deposito della cassetta delle lettere, se occorre la conferma della ricezione o se va pagato un rimborso. Il cliente riceve queste informazioni per tutti i pacchi, anche per quelli che non sta aspettando e di cui non conosce il numero d'invio.

Gestite il vostro pacco a distanza con il cellulare

Se il pacco non può essere recapitato, il cliente, oltre a un invito di ritiro cartaceo, riceve un SMS o una e-mail. Questi può subito agire e, al PC o

tramite la PostApp, prolungare il termine di ritiro, richiedere un secondo recapito o fare inoltrare il pacco a un altro indirizzo. Per accedere a «I miei invii», il cliente dovrà registrarsi sul portale

della Posta tramite il login e selezionare le impostazioni che riterrà più idonee. ■ an

www.posta.ch/i-miei-invii



I termini di recapito di questi pacchi sono già stati comunicati ai destinatari.

Pacchi con ordine di rispedizione

Aumenta la velocità dei pacchi rispediti

I pacchi per i quali i clienti hanno trasmesso un ordine di rispedizione arrivano ora velocemente a destinazione, proprio come tutti i «normali» invii di pacchi.

Con un ordine di rispedizione, la clientela può fare rispediti i propri pacchi a un indirizzo nuovo o temporaneo. Finora i pacchi con questa opzione, per

essere recapitati, necessitavano di un giorno in più rispetto ai «normali» pacchi. Da qualche tempo invece vengono consegnati negli stessi termini. La Posta ha saputo conseguire tali miglioramenti attraverso l'ottimizzazione dei processi di spartizione nei suoi centri pacchi. ■ an



«La nostra quota di mercato
è aumentata del 18,4%.»

Claudia Leuenberger, Senior Brand Manager di Feldschlösschen Bibite SA

Feldschlösschen Bibite SA

Sampling frizzante per Schweppes Ginger Ale

Feldschlösschen, azienda leader nella produzione di birra in Svizzera, è anche la prima azienda per il commercio di bibite del Paese. Nel 2014, con oltre 330 000 bottiglie di Schweppes da mezzo litro, l'azienda ha condotto una campagna estremamente efficace di distribuzione campioni per posta.

Schweppes Ginger Ale è considerato lo champagne delle bevande analcoliche. Nell'aprile 2014 Feldschlösschen SA ha intrapreso una nuova strada per pubblicizzare la tradizionale bevanda: insieme alla Posta in qualità di partner, ha pianificato, testato e condotto un'estesa campagna di distribuzione di campioni. Il successo della campagna ha regalato alla Senior Brand Manager Claudia Leuenberger un'euforia da champagne.

Signora Leuenberger, come mai per Schweppes Ginger Ale ha preferito una campagna di distribuzione dei campioni e non ad esempio una promozione presso i punti vendita?

Claudia Leuenberger (C.L.): Volevamo, nei limiti delle possibilità del nostro budget, arrivare al maggior numero di consumatori e consumatrici e sperimentare anche qualcosa di nuovo. Le promozioni e la distribuzione di campioni nei punti vendita al dettaglio o nelle stazioni sono piuttosto care e richiedono un grande impiego di personale. La distribuzione dei campioni per posta offre un rapporto qualità-prezzo allettante e consente ai destinatari di provare Schweppes Ginger Ale in tutta comodità a casa.

Come era venuta a conoscenza dell'offerta della Posta?

C.L.: Le prime informazioni le ho trovate sul sito web della Posta. Sul sito sono rimasta quasi un po' sopraffatta dalla quantità di offerte. In seguito, il mio consulente clienti ha saputo però consigliarmi in modo chiaro e mirato e mi ha convinta con la sua competenza professionale.

Come ha potuto beneficiare dei vantaggi del know how della Posta nel campo del marketing dialogico?

C.L.: Il consulente clienti ha coinvolto in tempo utile il settore specializzato Servizi di direct marketing e il reparto Soluzioni clienti. Gli specialisti

erano pertanto tutti riuniti attorno a un tavolo: in particolare ricordo di avere apprezzato l'idea di avviare una fase di test con tre diverse varianti, in cui prima si è testata la consegna nelle cassette della posta di campioni in bottiglia insieme a dei volantini per un concorso, poi la sola corrispondenza non indirizzata dei volantini per il concorso e infine la distribuzione delle bottiglie negli uffici postali insieme ai volantini.

Oltre alla distribuzione dei campioni erano previste misure di accompagnamento?

C.L.: Sì, l'attivazione di pubblicità in TV, la presenza in diversi mezzi di informazione commerciali e di stampa, l'elaborazione del design delle etichette e l'armonizzazione dell'invio di campioni ai nuclei familiari con le promozioni nei punti vendita.

È soddisfatta del riscontro dell'iniziativa?

C.L.: Assolutamente sì. La quota di mercato misurata all'interno del segmento di attività dall'Istituto per le ricerche di mercato Nielsen è aumentata del 18,4% e abbiamo ricevuto valanghe di tagliandi per il concorso... in totale hanno partecipato più di 50 000 persone. Abbiamo avuto anche dei reclami, ma la ragione del reclamo giocava a nostro vantaggio: alcune persone ci hanno scritto lamentandosi di non avere ricevuto bottiglie. Non si è trattato di un errore della Posta, bensì è dipeso dall'adesivo «Niente pubblicità» presente sulle cassette delle lettere.

Promuoverà ancora una campagna di invio campioni insieme alla Posta?

C.L.: Non ne escludo senz'altro la possibilità. Il successo dell'iniziativa ci fa ritenere di potere ripetere la campagna con un altro marchio del nostro portafoglio. ■ Is

www.feldschloessen.com

www.posta.ch/promopost

Lettera con sottoscrizione di contratto

Consegna personale per stipulare più contratti

Anche nella tanto decantata era digitale, determinati affari, per essere considerati conclusi con pieno valore legale, devono presentare una firma fisica. Dal 1° gennaio 2015 la nuova prestazione complementare «Lettera con sottoscrizione di contratto» semplifica tale obbligo.



La consegna personale aumenta la percentuale di stipulazioni.

L'abbonamento dello smartphone è stato ordinato e la polizza assicurativa modificata via telefono. Ora manca solo una firma per suggellare il tutto. Spesso però i documenti del contratto recapitati successivamente restano in mano al destinatario o vengono dimenticati. La conseguenza: le società in questione non ottengono la stipula del contratto desiderata.

L'addetto al recapito come intermediario

La Posta ha sviluppato un nuovo prodotto che incrementa in maniera significativa le previsioni di successo per le stipule di contratti. Le modalità sono estremamente semplici: ad esempio, dopo il colloquio di vendita, una società di telecomunicazioni invia tramite posta cartacea le informazioni preliminari insieme al contratto. Dopo pochi giorni, l'addetto al recapito riprende il contatto con il cliente consegnandogli personalmente i moduli di contratto. Apre la busta a doppio uso, richiede una firma e riprende subito con sé il contratto sottoscritto per rispettarlo alla società di telecomunicazioni.

Maggiore percentuale di realizzazione

Per una stipulazione senza intoppi, la qualità del servizio rappresenta una componente importante. Questa affermazione è stata dimostrata nella fase pilota: grazie alla consegna personalizzata dei documenti, il numero di contratti sottoscritti con successo è considerevolmente aumentato. Ma i vantaggi non finiscono qui: grazie all'unico numero d'invio valido per entrambi i tragitti, il committente ha il processo costantemente sotto controllo. Un'eventuale non sottoscrizione gli viene subito comunicata e ciò gli consente un tempestivo follow-up della situazione.

Acquisizione efficace di nuovi clienti

L'innovativa prestazione complementare «Lettera con sottoscrizione di contratto» è ideale per le aziende di telecomunicazioni, compagnie assicurative, casse malati, istituti di credito e in generale per le aziende che desiderano combinare efficienza e successo nell'acquisizione di nuovi clienti. ■ Is

www.posta.ch/

[lettera-con-sottoscrizione-di-contratto](http://www.posta.ch/lettera-con-sottoscrizione-di-contratto)

Comunicazione di trasloco

Riduzione senza sforzi di costosi invii di ritorno

I dati aggiornati relativi agli indirizzi rappresentano le informazioni fondamentali per il recapito efficiente degli invii postali. Grazie alla nuova comunicazione di trasloco elettronica, le imprese ricevono gli indirizzi sempre aggiornati dei clienti che hanno traslocato.

Da maggio 2014 la Posta sta testando la comunicazione di trasloco. In seguito a un ordine di ripesizione, i clienti che hanno traslocato possono trasmettere il loro nuovo indirizzo su internet in modo semplice e mirato alle aziende che ritengono importanti. Grazie alle comunicazioni di trasloco ricevute, le aziende ottimizzano la loro qualità degli indirizzi e riducono la quantità di

costosi invii di ritorno. Al contempo esse beneficiano del posizionamento del loro marchio in un'applicazione con grandi vantaggi per i clienti.

Successo già nella fase pilota

La comunicazione di trasloco funziona in modo impeccabile già nella fase sperimentale e viene utilizzata sempre più spesso: in media 50 clienti al giorno in fase di trasloco creano avvisi che vengono quotidianamente inviati alle aziende selezionate. Le aziende ricevono quasi 10 000 segnalazioni di cambio di indirizzo al mese. ■ Is

www.posta.ch/comunicazione-trasloco

La vostra azienda sulla nostra piattaforma

Sfruttate l'opportunità di migliorare ulteriormente la qualità dei vostri indirizzi e richiedete la comunicazione di trasloco elettronica per la vostra azienda. Più di 200 aziende e marchi svizzeri rinomati lo hanno già fatto.

Swiss Post GLS Flex Delivery Service

Nuove libertà per i destinatari di pacchi postali all'estero

Non solo sul territorio nazionale, la Posta pensa costantemente a come semplificare la ricezione degli invii. Anche in molti Paesi europei è diventato più facile e comodo ricevere pacchi dalla Svizzera.

Nella vendita per corrispondenza è il servizio a fare la differenza. Non sorprende quindi che le società di vendita a distanza vogliano offrire alla propria clientela all'estero opzioni di invio ugualmente flessibili come fanno i loro concorrenti locali. La Posta riconosce tali esigenze e lancia un nuovo servizio: Swiss Post GLS Flex Delivery Service.

Quota di primo recapito più alta grazie a una maggiore flessibilità

Con il nuovo prodotto i destinatari di pacchi hanno maggiori possibilità per quanto concerne il recapito: il luogo di consegna e la data di recapito

possono essere scelti in maniera flessibile e adeguata alle esigenze personali della propria giornata. Soprattutto nel settore clienti privati questo prodotto è in grado di incrementare in maniera significativa la quota di primo recapito.

Un vantaggio per tutti

Swiss Post GLS Flex Delivery Service assicura una clientela più soddisfatta, risparmio di tempo e un vantaggio ecologico, poiché riesce a evitare più tentativi di recapito. In questo modo, le società di vendita a distanza svizzere guadagnano punti non solo con prodotti eccellenti, ma anche con una spedizione altrettanto eccellente. Il nuovo servizio è disponibile a partire da gennaio 2015 per i mercati Germania, Austria, Belgio e Polonia. ■ Is

www.swisspost-gls.ch/it

→ [Invio dei Pacchi](#) → [Prestazioni complementari](#)

«Come invio qualcosa nel modo più rapido da A a B?»



Il Corriere Svizzero della Posta ritira presso la vostra abitazione o il vostro ufficio lettere, pacchi o merce non imballata che porta direttamente al destinatario. È sufficiente telefonare al numero gratuito 0800 888 888 e il gioco è fatto. Oppure potete effettuare l'ordinazione tramite internet. Grazie alla combinazione intelligente di bicicletta, ferrovia e strada, il Corriere Svizzero realizza velocità da record riducendo al minimo l'impatto ambientale.

www.posta.ch/corriere-svizzero

«A partire da quali dimensioni un invio è considerato ingombrante?»

Nella categoria «Ingombrante» rientrano quei pacchi che per dimensioni deviano dallo standard, gli invii non imballati e gli invii con indirizzo volante. Per ingombranti si intendono gli invii che superano il metro di lunghezza o che hanno due dimensioni che superano 60 centimetri. La lunghezza massima è di 2,5 metri e la cintura ($2 \times$ altezza + $2 \times$ larghezza + lato più lungo) non deve superare i 4 metri. Il peso massimo è di 30 chili.

www.posta.ch/ingombrante



Novità: più opzioni di invio per la Germania, l'Austria, il Belgio e la Polonia.

Sito web dedicato all'e-commerce

Tutte le offerte di e-commerce in un clic

Desiderate sfruttare ancora meglio il vostro potenziale nel commercio online? Allora vale la pena fare un salto sul sito www.posta.ch/e-commerce. Qui troverete l'ampia gamma di servizi della Posta insieme a tanti preziosi consigli e informazioni.

Sfruttate al meglio tutti gli strumenti utili a gestire il vostro shop online in modo redditizio? Grazie a un test di autovalutazione presente sul nuovo sito web della Posta dedicato all'e-commerce, scoprirete a che livello vi trovate e quali offerte della Posta potreste portare avanti. Una

buona occasione per stare al passo con la tecnologia e sviluppare idee nuove.

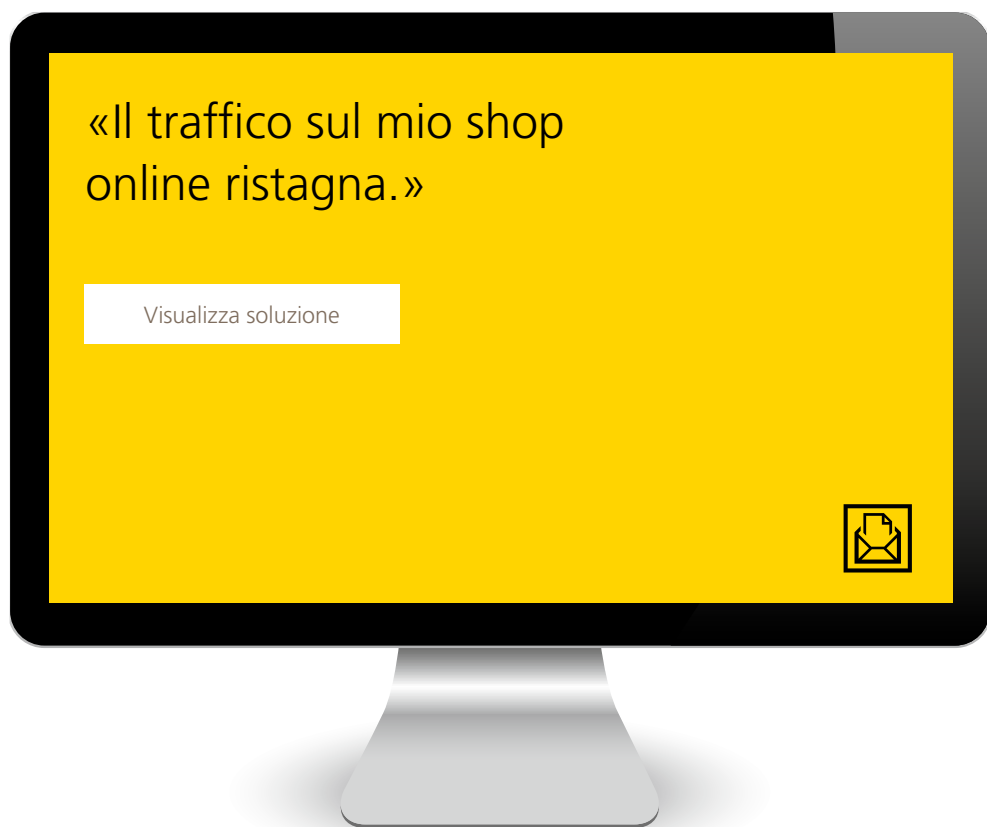
Completi e da un'unica fonte: i servizi di e-commerce della Posta

Il magazzino del vostro shop online è così pieno da scoppiare? Non riuscite più a gestire le richieste dei clienti? Oppure i solleciti ai clienti morosi vi richiedono troppo tempo? La Posta ha a portata di mano soluzioni collaudate per queste – e innumerevoli altre – sfide del commercio online. La gamma di servizi completa comprende l'intera catena di creazione del valore dell'e-commerce: dalla commercializzazione all'ordinazione e al pagamento fino alla logistica e all'assistenza alla clientela, gli specialisti della Posta vi offriranno un sostegno efficace. I nostri servizi sono disponibili singolarmente o combinati secondo un concetto modulare. Il sito www.posta.ch/e-commerce li presenta in modo chiaro e piacevole.

Contenuti didattici: ovvero, come migliorare ciò che già funziona

Sul nuovo sito web dedicato all'e-commerce osserverete i migliori da vicino: esempi di best practice vi forniranno nuove idee e ispirazioni. Troverete molte informazioni utili anche nelle pubblicazioni online e nel divertente video. Entrate e date un'occhiata! ■ an

www.posta.ch/e-commerce



sobu

Il marketing del passaparola online ha del potenziale

La piattaforma sobu di marketing del passaparola è online da due anni e già contiene più di 70 shop online. Lo attesta uno studio: il potenziale di vendita non è ancora del tutto esaurito.

Roger ha acquistato online un sistema di home theater e consiglia il suo acquisto tramite Facebook. Max, il suo migliore amico, vede il suo post

e compra una nuova TV sullo stesso shop online. Roger riceve un accredito dallo shop per l'efficacia del suo consiglio: ecco come funziona sobu, la piattaforma per la «pubblicità a voce» nel social web. Secondo uno studio, in Svizzera sobu può arrivare a sfruttare un potenziale pari a 1,8 milioni di utenti; e in Germania questi sarebbero persino 18,3 milioni. Lo studio inoltre conferma: in entrambi i Paesi sobu viene percepito come un prodotto unico e nuovo. I fonda-

tori di sobu hanno quindi degli ottimi motivi per lavorare sui mercati esteri e per prima cosa punteranno all'espansione in Germania. ■ an

www.sobu.ch/it



La Posta semplifica la gestione del vostro sito web



Riorganizzato e a misura di utente: il nuovo sito della Posta.

A giugno 2015 la Posta attiverà il proprio sito completamente rinnovato. In qualità di clienti commerciali godrete di un'interfaccia a misura di utente e di un accesso più rapido a tutti i vostri servizi online più utilizzati.

Il passaggio al nuovo sito web della Posta non comporta il cambiamento dei dati e delle informazioni di accesso da voi utilizzati per il login. E anche gli attuali shortcut per le vostre pagine preferite non cambiano. Il nuovo sito della Posta rende tutti vincitori: da giugno eseguire le vostre operazioni online con la Posta sarà più efficiente che mai.

Tutto sotto controllo con il nuovo centro clienti

In qualità di clienti commerciali, nel nuovo centro clienti avrete a vostra disposizione la gamma completa di servizi online della Posta: dalla distinta d'impostazione al tool PromoPost, dal tracciamento degli invii a WebStamp... e tutti gli altri

tool collaudati. La praticità prima di tutto: i servizi online utilizzati con più frequenza spesso sono salvati come «Preferiti» per potervi riaccedere in seguito con più facilità. Ora è possibile aggiungere alla vostra lista preferiti anche i documenti e le pagine web che selezionate. Se non sapete quale servizio online utilizzare per un'operazione, i gruppi tematici (ad es. «Spedizione e trasporto» oppure «Magazzino») vi guidano in modo intuitivo verso l'obiettivo.

Un login unico

My Post Business e Login Posta saranno sostituiti. Attraverso un unico login sarà possibile accedere alla propria area personale nel nuovo centro clienti. Le attuali funzioni di My Post Business e Login Posta (da ora in poi «servizi online») saranno accessibili dal Centro clienti. Nella vostra area personale nel nuovo Centro clienti, i vostri servizi online e documenti preferiti vengono presentati in modo chiaro così da potervi accedere più rapidamente.

Importante test pratico per un funzionamento senza intoppi

Nello sviluppo del nuovo sito, la Posta non ha lasciato nulla al caso. Tuttavia anche lei sa che con l'interazione di innumerevoli funzioni e applica-

A partire da giugno eseguire le vostre operazioni online con la Posta sarà più efficiente che mai.

zioni complesse, non tutti i dettagli funzionano in modo impeccabile sin da subito. Pertanto, 500 clienti stanno attualmente testando a fondo le nuove pagine web e i servizi online per i prossimi due mesi, così da giugno potrete apprezzare un nuovo www.posta.ch appena riorganizzato e correttamente funzionante. ■ an

**OFFERTA
PER
I LETTORI**

Officina Posta

In palio un seminario nell'Officina Posta!

Nelle aziende svizzere di qualsiasi dimensione la spedizione per posta fa parte della quotidianità. Chi conosce i giusti consigli e le giuste prestazioni risparmia molto tempo.

Chi può saperne di più sulla Posta se non la Posta stessa? Per condividere le sue conoscenze con la sua clientela, la più grande azienda logistica svizzera, sotto la designazione «Officina Posta», organizza regolarmente dei seminari. Tali seminari sono rivolti a collaboratori degli uffici interni di aziende che desiderano ottimizzare le spedizioni quotidiane per posta e accelerarne le procedure. I seminari durano tutti rispettivamente un giorno e sono tenuti in tedesco e in francese. Sedi dei corsi e scadenze sono consultabili tramite il link in fondo all'articolo.

Orientati alla pratica e proficui a lungo termine

L'Officina Posta offre due corsi: il seminario «Posta» fornisce una panoramica a tutto tondo delle possibilità logistiche per quanto concerne la spedizione di lettere e pacchi in Svizzera e all'estero. Il seminario «Posta al PC» vi consente di approfondire le vostre conoscenze sui servizi online della Posta e sulle relative prestazioni per ordinare, inviare, ricevere,

calcolare e monitorare gli invii. Per ciascuno dei due seminari otterrete una documentazione esaustiva che sarà possibile integrare nel corso del seminario e utilizzare in seguito come guida di riferimento.

Consigliati vivamente dai partecipanti

I feedback sull'Officina Posta parlano da soli: circa il 95% dei partecipanti consiglierebbe l'evento ai propri colleghi di lavoro. In particolare vengono apprezzate la spontaneità dei relatori e la loro disponibilità a rispondere subito alle domande e a fornire esempi pratici.

Offerta per i lettori: in palio un buono per un seminario

Potreste vincere uno dei cinque buoni per un seminario di «Officina Posta» a vostra scelta («Posta» o «Posta al PC») per un valore fino a 279 franchi, pranzo e materiali inclusi! È sufficiente compilare la cartolina-risposta allegata e rispedirla entro il 20 aprile 2015. I vincitori saranno informati per iscritto. Non si terrà alcuna corrispondenza in merito al concorso. È escluso il ricorso alle vie legali. ■ Is

www.post.ch/postwerkstatt

www.poste.ch/ateliers-poste

Officina Posta: scheda informativa

Seminario «Posta»

CHF 239.–
seconda persona della stessa
azienda CHF 189.–

Seminario «Posta al PC»

CHF 279.–
seconda persona della stessa
azienda CHF 229.–

Il materiale di documentazione e il pranzo sono inclusi nel prezzo. Entrambi i seminari durano un giorno e vengono offerti nella Svizzera tedesca e nella Svizzera romanda.