

DAS MAGAZIN FÜR UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

INFO POST

APRIL 2016



E-Commerce-Komplettangebot

Für Ihren Erfolg
im Onlinehandel

Seite 4

nettoSHOP.ch

Wie man mit Direct
Mailings Webshop-
Kunden gewinnt

Seite 6

DIE POST 

Gelb bewegt.

Kundenrechnungen Post

Neue Gestaltung und Online-Auswertung

Die Post hat die Gestaltung ihrer Kundenrechnungen optimiert. Sie profitieren ab sofort von noch mehr Transparenz und von neuen Online-Auswertungsmöglichkeiten.

Jetzt fällt Ihnen die Übersicht über Ihre bei der Post bezogenen Leistungen noch leichter. Auf der ersten Seite erfassen Sie auf einen Blick das Wesentliche: Das Total der bezogenen Produkte

und Dienstleistungen, die geleisteten Vorauszahlungen und der Rechnungsbetrag sind sofort ersichtlich. Auf den nachfolgenden Seiten Ihrer neu gestalteten Rechnung finden Sie den Detailnachweis. Hier sorgen etliche Neuerungen für mehr Transparenz und bessere Lesbarkeit. So etwa die zusätzlichen Produkteinformationen, die Deklarationsmenge, die Rabattierung je Aufgabeverzeichnis und weitere Zusatzinformationen. ■ an

Praktisch und einfach online

Auf post.ch einloggen, «Rechnungen abrufen» starten – und schon finden Sie eine Vielzahl von neuen Auswertungsmöglichkeiten im PDF- und Excel-Format. Das Zuweisen an Ihre Kostenstellen ist so einfach wie nie zuvor, egal ob on- oder offline.

post.ch/rechnung

«Nicolas – Prix Carte de Noël»

Die Krönung der besten Festtagskarten

Für die Auszeichnung der besten Festtagskarten «Nicolas – Prix Carte de Noël» hatten sich Ende 2015 176 Unternehmen mit ihren Kreationen beworben. Drei davon feierten im Januar 2016 ihren Erfolg als Kategoriensieger: Das Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Appenzell Ausserrhoden in Herisau reüssierte in der Kategorie «Die Schönste», die Hieronymus AG, Zürich, gewann mit der «passendsten» Karte, und die Birkhäuser+GBC AG aus Reinach überzeugte die Jury mit dem «aussergewöhnlichsten» Festtagsgruss. Bereits zum dritten Mal hat die Post die schweizweit besten Weihnachts- und Neujahrskarten mit dem «Nicolas – Prix Carte de Noël» prämiert. ■ an

Mehr Infos und Bilder der Gewinnerkarten:
post.ch/nicolas



Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Wankdorffallee 4, 3030 Bern | infopost@post.ch, post.ch/infopost

Redaktion: Post CH AG: Felix Wiesendanger (fw) | Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern

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

Druck: Stämpfli AG, Bern | Adressänderungen: infopost@post.ch | Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C005019

Einfacher zum Ziel mit weniger Streuverlust

Mit dem rundum erneuerten Quick Calculator von PromoPost planen Sie den Versand Ihrer unadressierten Sendungen noch einfacher und gezielter. Streugebiet und Kosten haben Sie online perfekt im Griff.

Mit dem Quick Calculator lassen sich Menge und Richtpreis von unadressierten Sendungen ganz einfach online kalkulieren. Das praktische Planungsinstrument wurde komplett überarbeitet und präsentiert sich im neuen Look und mit erweiterten Funktionalitäten. So bietet der Quick Calculator eine Umkreisselektion nach Fahrzeit oder Fahrdistanz. Das heisst, Sie können das Streugebiet Ihrer Mailings ganz einfach eingrenzen, indem Sie die gewünschte maximale Distanz oder Fahrzeit Ihrer potenziellen Kundenschaft zu Ihrem Laden eingeben.

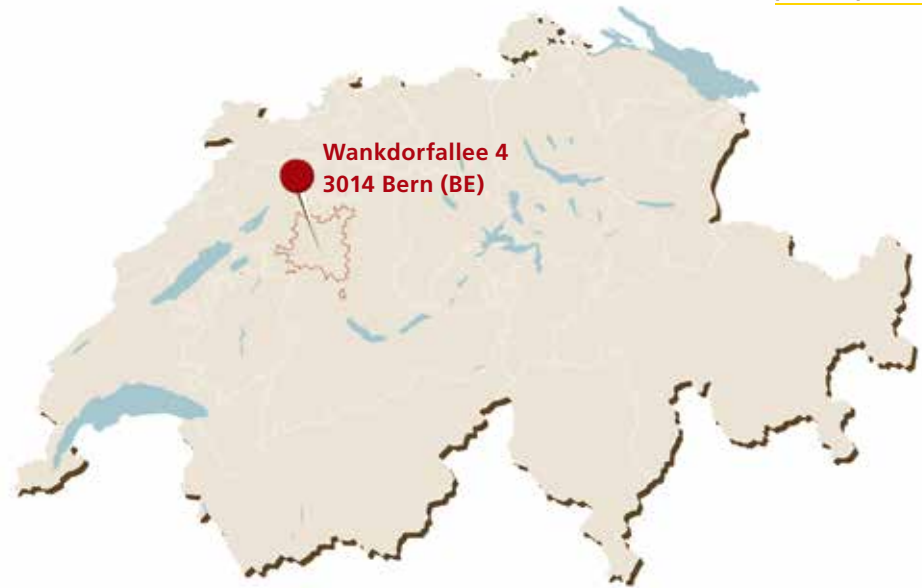
Clever planen und budgetieren

Dank dem Quick Calculator planen Sie effizient, haben Budget- und Mengenvorgaben stets im Griff und erreichen Ihre Zielgruppe treffsicher. Kurz: Die Kosten lassen sich ganz einfach ermit-

teln, bevor der PromoPost-Auftrag ausgelöst wird. Neben dem Quick Calculator gibt es den PromoPost Manager, der die zusätzliche Selektion der Empfänger anhand soziodemografischer Kriterien zulässt. So reduzieren Sie den Streuverlust noch einmal.

Übrigens: Die Auftragsverwaltung und -erfassung des PromoPost-Managers wird bis Herbst 2016 ebenfalls überarbeitet und wird Sie mit neuen Funktionen überraschen. ■ an

post.ch/promopost



Umkreisberechnung anhand des Quick Calculators.

Konstante Spitzenleistung für die Kunden



Sorgfalt und Zuverlässigkeit – täglich gelebt.

2015 erreichten 97,8 Prozent der A-Post-Briefe und 98,9 Prozent der B-Post-Briefe ihre Empfänger rechtzeitig. Bei den Paketen kamen 97,5 Prozent aller PostPac Priority- und 97,5 Prozent der PostPac Economy-Sendungen fristgerecht an. Mit ihrer pünktlichen Zustellung übertrifft die Post nicht nur die strengen gesetzlichen Vorgaben – sie gehört darüber hinaus im internationalen Vergleich zur Spitze. Die Laufzeiten in der Brief- und Paketzustellung lässt die Post jährlich von unabhängigen Instituten prüfen. ■ an

E-Commerce-Komplettangebot

Erfolg im blühenden Onlinehandel

Die Umsätze im Onlinehandel steigen von Jahr zu Jahr und die Kundenbedürfnisse ändern sich kontinuierlich. Von der Vermarktung über die Bestellung bis zur Logistik bietet die Post Onlinehändlern Lösungen aus einer Hand.



Vermarktung

Mit einer professionellen Vermarktung erzielen Onlineshops höhere Besucherzahlen und grössere Abschlussraten. Die Post unterstützt Onlinehändler mit erprobten Services im Direct Marketing, E-Marketing (SEO, Social Media etc.) und Customer Relationship Management (CRM).

Onlineshopper möchten ihre Bestellungen sofort und bequem erhalten, einfach bezahlen und bei Nichtgefallen unkompliziert zurücksenden. Wer im E-Commerce heute und in Zukunft erfolgreich sein will, muss die Kundenbedürfnisse verstehen und Lösungen anbieten, welche die Erwartungen der Kunden erfüllen – oder noch besser übertreffen.



Bestellung

Benutzerfreundlichkeit des Onlineshops, einfache Bestellung und verschiedene Zustelloptionen sind heute zwingend für den langfristigen Erfolg. Die Post bietet Hand beim Erstellen von Onlineshops, bei der Bestellabwicklung (E-Mail, Telefon, Coupons etc.) und bei der Einbindung kundenorientierter Zustelloptionen (Abend- und Samstagzustellung, PickPost, My Post 24 etc.)

Die Post verfügt als einzige Anbieterin der Schweiz über Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette des E-Commerce. Ganz gleich, ob ein Unternehmen der Post die gesamte Abwicklung des E-Commerce anvertraut oder nur einzelne Services beansprucht: Bei der Post erhalten die Kunden alles aus einer Hand. ■ fw



Bezahlung

Ein sicher funktionierendes Bezahlungssystem ist der Motor des Onlinehandels. Die Post bindet sichere Offline- (Bezahlung auf Rechnung) und Online-Zahlungslösungen von PostFinance in E-Shops ein und übernimmt das gesamte Debitorenmanagement.



Logistik

Von der Lagerung über das Zusammenstellen und Packen der Pakete bis hin zum Versand im In- und ins Ausland: Die Post hat die Lösung. Zum Beispiel mit Yellow-Cube, der E-Commerce-Logistiklösung der neuesten Generation.



Kundenbetreuung

Es sind zufriedene Kunden, die zu Stammkunden werden. Deshalb steht die Post ihren Kunden bei der Kundenbetreuung professionell mit Kundendienst (Telefon, E-Mail, Social Media etc.) und Retourenmanagement zur Seite. Sie übernimmt alle Prozessschritte: Retourenversand, Prüfen der Ware, Wiedereinlagerung und Rückbuchung.



IT-Services

Ohne IT geht im Onlinehandel nichts. Die Unterstützung der Post deckt sämtliche Bedürfnisse ab, die in Sachen IT anfallen, und garantiert einen sicheren E-Commerce-Prozess.

post.ch/e-commerce

Das grosse Einmaleins des E-Commerce

Mobilmachen für den E-Commerce. Die wichtigsten Facts & Figures für den Einstieg in den Onlinehandel.

post.ch/e-commerce/1x1



Seminarangebote

Wissensvorsprung im Direct Marketing

Holen Sie sich in den Direct-Marketing-Seminaren der Post das Rüstzeug für erfolgreiche DM-Aktivitäten. In den ein- oder zweitägigen Schulungen beschäftigen Sie sich mit aktuellen Trends und klassischen DM-Themen – vermittelt von kompetenten Referenten mit hohem Praxisbezug. Bestellen Sie jetzt das aktuelle Seminarprogramm für das erste Halbjahr 2016. Es enthält spannende Neuheiten – so etwa Seminare zu den Themen Medienplanung, Content Marketing, Bloggen oder die neuen Kurzseminare «Express-Know-how». ■ an

post.ch/dm-seminare

TWINT

Die Antwort auf den Mobile-Payment-Trend



TWINT ist eine mobile Zahlungslösung fürs Smartphone oder Tablet. Die App der gleichnamigen PostFinance-Tochter bietet erstmals die Möglichkeit, schweizweit bargeldlos und kanalübergreifend zu bezahlen. Immer mehr Geschäfte ermöglichen ihren Kunden das Bezahlen mit dem Smartphone. Auch für Ihre Kunden bietet TWINT Vorteile.

Mobile Payment liegt im Trend. Moderne Konsumenten schätzen das bequeme und schnelle Bezahlen mit dem Smartphone und geniessen die Vorzüge des digitalen Portemonnaies. Die Lösung von TWINT bietet nebst dem bargeldlosen Bezahlen auch die Möglichkeit, unter Freunden Geld zu überweisen. Bereits heute können in der TWINT-App zudem Kundenkarten hinterlegt werden, welche dann direkt im Zahlungsprozess integriert sind.

Konkurrenzlos tiefe Transaktionskosten

TWINT rollt Ihnen als Verkäufer den roten Teppich aus. Anders als bei Kreditkarten-Bezahlösungen müssen Sie keine hohen Gebühren entrichten, womit TWINT für Sie massiv günstiger ist. Auch auf teure Kartenterminals können Sie getrost verzichten. Das Kassieren fällt leicht: entweder via TWINT-Beacon direkt mit Ihrer Kasse oder mit der TWINT-Händler-App auf einem Smartphone oder Tablet. TWINT lässt sich zudem mühelos in Ihren Online- oder App-Shop integrieren.

TWINT – auch ein Umsatzmotor

Die clevere Zahlungs-App dient Ihnen bald auch als Marketing-Tool, mit dem Sie selbstständig eigene mobile Kampagnen gestalten. So können Sie im Verlauf des Jahres 2016 Ihren Kunden via TWINT eine digitale Stempelkarte anbieten, ihnen Coupons zukommen lassen oder sie zu Ihren Events einladen. Bereits heute setzen grosse Retailer wie Coop oder Gastronomiebetriebe wie SV und Autogrill auf TWINT. Profitieren auch Sie schon bald von den vielen Vorteilen. Die Anmeldung erfolgt ganz einfach online und zu 100 Prozent digital. ■ an



So einfach gehts

TWINT-App öffnen, das Handy der Station annähern, den Betrag verifizieren, «OK» drücken – und schon ist der Einkauf beglichen. Ebenso rasch wird ein Artikel im Onlineshop bezahlt.

Erklärungsvideo anschauen

Für Privatkunden:



Für Geschäftskunden:



twint.ch/geschaefstkunden



Aufstellservice

Service bis ins Wohnzimmer

Mit dem Aufstellservice der Post liefern Sie nicht nur einfach Waren zu den Kunden nach Hause, sondern lassen sie vor Ort fachmännisch aufstellen und in Betrieb nehmen. Das freut die Kunden und befreit Sie vom Betrieb eines eigenen Fuhrparks.

Ob Möbel, Fernseher, Gefrierschränke, Grills oder Fitnessgeräte: Speziell geschulte Mitarbeitende der Post liefern die Waren an den Verwendungsort beim Kunden, packen sie aus, installieren sie am gewünschten Ort, prüfen die Funktion und instruieren die Kunden. Zum Service gehört ebenfalls das Entsorgen von Verpackungen und Altgeräten.

Mehrwert für Kunden und Anbieter

Mit dem Aufstellservice machen Sie sich bei Ihren Kunden beliebt. Sie positionieren sich als Anbieter, der sich auch nach dem Verkauf um sie kümmert – Sympathiepunkte sind garantiert. Kommt dazu, dass Sie keinen eigenen Fuhrpark betreiben müssen. Statt Fixkosten zu tragen, bezahlen Sie ausschliesslich die erbrachten Leistungen. Sie können sich voll auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren. ■ an

Freut die Endkunden: ein Service, der aufstellt.

post.ch/aufstellservice



«Physische Werbemittel sind
eine wichtige Brücke zu uns.»

Thomas Emler, Leiter Verkauf B2C bei nettoSHOP.ch

nettoSHOP.ch

«Mit unseren Direct Mailings gewinnen wir viele Kunden ohne Erfahrung im Onlineshopping.»

nettoSHOP.ch ist der führende Schweizer Onlineanbieter von elektrischen Haushaltsgeräten. Klassische Direct Mailings in Papierform leisten einen wichtigen Beitrag an den Erfolg in der digitalen Welt.

Von der Schallzahnbürste über den Staubsauger bis hin zur Waschmaschine: Das Onlinesortiment von nettoSHOP.ch umfasst mehr als 17 000 Artikel. An seinen Umsätzen gemessen, gehört das Unternehmen zu den zehn grössten Schweizer Onlineshops. Thomas Emler, Leiter Verkauf B2C, verrät die Erfolgsgeheimnisse des rasant gewachsenen Branchenführers.

Herr Emler, was macht der nettoSHOP.ch besser als seine Konkurrenz?

Wir sind nicht einfach Onlinehändler, sondern Fachhändler im Internet. Das bedeutet, wir bieten unseren Kunden sehr attraktive Preise – plus einen fachmännischen Service. Wenn Sie online eine Waschmaschine kaufen, wird diese von unseren Monteuren ausgeliefert und fertig installiert. Zudem werden Sie in unserem Contact Center von gut ausgebildeten Mitarbeitenden beraten, die aus dem Detailhandel stammen.

Sie bewerben Ihre Produkte und Services mit Flyern. Eigentlich untypisch für einen Onlineshop.

In unserem Kommunikationsmix nehmen die Direct Mailings eine wichtige Rolle ein. Obwohl sie in der Produktion und der Verteilung mehr Aufwand verursachen als Onlinewerbung. Das hat gute Gründe: Mit den Flyern sprechen wir Kunden an, die nicht unbedingt online-affin sind, und bewegen sie zum Einkauf in der digita-

len Welt. Gerade für Kunden, die bisher ihre Geräte im stationären Fachhandel bezogen haben, bauen die physischen Werbemittel eine wichtige Brücke zu uns.

Ihre Flyer haben eine Auflage von zwei Millionen. Wie bringen Sie diese unter die Leute?

Wir versenden sie mehrmals jährlich abwechselungsweise als Beilage in der Coopzeitung und als unadressiertes PromoPost-Mailing in alle Deutschschweizer Haushalte.

Also ein kombinierter Versand mit der adressierten Coopzeitung und unadressiert per PromoPost.

Genau. Damit erreichen wir unsere Zielgruppen optimal, denn unser Flyer in der Coopzeitung erhalten auch Kunden, die sonst keine Werbung empfangen.

Welche Bedeutung hat die Post für Sie?

Eine grosse. Ihre Spezialisten haben uns beim Ausarbeiten der PromoPost-Lösung unterstützt, eine Potenzialanalyse vorgenommen und Einsatzgebiete vorgeschlagen. Die Auftragsabwicklung und der Versand klappen reibungslos. Auch beim Versenden unserer Waren zählen wir auf die Post. An Spizentagen verschicken wir bis zu 2000 Pakete. Und seit Kurzem bieten wir unseren Kunden an, ihre Artikel auch an PickPost-Stellen liefern zu lassen. ■ Is

nettoSHOP.ch

Paketlogistik

Hoher Takt im Onlinehandel – die Post bewegt sich mit



Die Post – eine zuverlässige Partnerin im Onlinegeschäft.

Der Onlinehandel boomt. Immer mehr Konsumenten kaufen bequem per Mausklick ein und lassen sich ihre Waren in Paketen zusenden. Die Post packt die neuen Herausforderungen proaktiv an und bietet Versendern wie Empfängern beste Qualität und hohen Komfort.

Heute bestellen, morgen empfangen: Für viele Kunden im E-Commerce ist dies längst eine Selbstverständlichkeit. Und für Onlinehändler ist es mittlerweile Pflicht, die hohen Erwartungen an die Liefergeschwindigkeit zu erfüllen. Wer zu langsam ist, verschwindet sehr schnell vom Radar seiner Kunden. Die Post beobachtet die dynamische Veränderung der Kundengewohnheiten sehr genau und entwickelt zukunftsweisende Lösungen, welche den Anforderungen des E-Commerce-Zeitalters entsprechen.

Mehr Leistung für mehr Pakete

2015 hat die Post einmal mehr den Rekord von zugestellten Paketen geknackt. 115 Millionen Stück waren es insgesamt. Zu Spitzenzeiten – etwa vor Weihnachten – werden in den Paketzentren täglich über eine Million Pakete verarbeitet. Zum seit Jahren stetig steigenden Volumen kommt die immer kürzere Verarbeitungszeit hinzu, da sich der Anteil der Priority-Pakete (Zustellung am Folgetag) laufend vergrößert. Um ihre hohe Verar-

beitungs- und Zustellqualität zu halten, investiert die Post 60 Millionen Franken in den Ausbau der Sortieranlagen in ihren drei Paketzentren. Dadurch wird die Kapazität um 25 Prozent erhöht. In den Paketzentren Härkingen und Frauenfeld sind die zusätzlichen Sortieranlagen bereits in Betrieb, die Ausbaurbeiten im Paketzentrum Daillens werden im Herbst 2016 abgeschlossen.

Flexible und E-Commerce-gerechte Angebote

Nicht nur bei der Verarbeitung der Pakete, auch mit neuen Dienstleistungen richtet die Post ihren Fokus auf den E-Commerce. So können Kunden eine zweite Zustellung eines Pakets am Abend verlangen, wenn sie die erste Zustellung verpasst haben. Oder sie profitieren vom einheitlichen Login bei Webshops, die den Login Post Connector integriert haben: Damit registrieren sich die Kunden einmalig mit einem Benutzernamen und einem Passwort für das Kundencenter der Post. Mit diesem General-Login können sie sich bei allen Onlineshops anmelden und bestellen. Das mühsame mehrmalige Erfassen von Personalien und Lieferadressen entfällt. Im Verlauf dieses Jahres werden Kunden sogar den Paketempfang online steuern können: Über «Meine Sendungen» im Kundencenter der Post-Website bestimmen sie, wohin das Paket geliefert werden soll. ■ an

post.ch/paketwelt

Einfach nah – die Post

Die Post ist in der ganzen Schweiz einfach erreichbar – an zahlreichen Standorten, im Internet und mobil. Sie ist genau dort, wo ihre Kunden sie brauchen: zur richtigen Zeit, mit dem richtigen Angebot. Die Post hat in den letzten Jahren ergänzend zur traditionellen Poststelle neue Alternativen geschaffen und trägt damit der heutigen mobilen und digitalisierten Gesellschaft Rechnung.



Poststellen

- Postalisches Vollsortiment und Markenartikelsortiment
- PostFinance: Bargeldbezug, Kontoeröffnungen und Kreditkarten-Anträge



Postagenturen

- Briefe und Pakete aufgeben und abholen
- Briefmarken kaufen
- Postfinance: Bargeldbezug und bargeldloses Einzahlen für das Inland



Geschäftskundenaufgabestellen

- In Gewerbe- und Industriegebieten für das Aufgeben von mittleren und grösseren Sendungsvolumen
- Variante: unbediente Stellen für das Deponieren von Sendungen



Hauservice

Die gängigsten Postgeschäfte direkt an der Haustüre beim Postboten erledigen, z.B. Briefe und Pakete aufgeben, Geld einzahlen und Briefmarken bestellen.



Briefeinwürfe

Rund um die Uhr Briefe in einem Briefeinwurf aufgeben.



My Post 24

Rund um die Uhr an den My Post 24-Automaten Pakete und eingeschriebene Briefe abholen und aufgeben.



PickPost

Pakete und eingeschriebene Briefe an einer der über 2400 PickPoststellen in der ganzen Schweiz abholen und versenden (nur Pakete): in einer Poststelle, in einer Postagentur oder in einer Drittpartnerstelle wie zum Beispiel SBB-Bahnhöfen, Tankstellen usw.



Pick@home

Paket zu Hause oder an einer beliebigen Adresse abholen lassen. Abholaufträge lassen sich auch bequem von unterwegs über die Post-App steuern.



post.ch

Informationen und Onlinedienste, die das Abwickeln von Postgeschäften erleichtern. Im Büro, bequem von zu Hause aus mit PC und Tablet oder von unterwegs mit dem Smartphone.



postshop.ch

Der Onlineshop der Post mit umfassendem Sortiment an postalischen Produkten und Markenartikeln. Portofreie Lieferung in die ganze Schweiz und nach Liechtenstein in der Regel innerhalb von 48 Stunden. ■ fw

Geschäftlich Privat

[post.ch/zugangspunkte](https://www.post.ch/zugangspunkte)

Besonders interessant für Onlinehändler

Onlineshops, die den Login Post Connector in ihren Shop integrieren, bieten ihren Kunden ein einheitliches Login und attraktive Zustelloptionen wie PickPost, My Post 24 oder Abend- und Samstagzustellung an. Dies macht den Kunden sowohl das Onlineeinkaufen als auch den Empfang der bestellten Ware einfacher. Beides sind Wettbewerbsvorteile, mit denen sich Onlineshops von Mitbewerbern abheben können.

[post.ch/login-post-connector](https://www.post.ch/login-post-connector)



E-Logistics

Die intelligente Logistik

Elektronische Schnittstellen und Webservices machen Ihre Logistik intelligent: Sie vereinfachen und automatisieren die Versandprozesse und ermöglichen effizienteres Arbeiten. Das spart Zeit und Kosten.

Der Einsatz von E-Logistics – also von elektronischen Schnittstellen und sogenannten Webservices – verschafft Ihnen einen willkommenen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern, die diese Angebote nicht nutzen. Das Prinzip ist einfach: Ein sicherer, durchgängiger Datenfluss über die gesamte Lieferkette macht Ihren Versandprozess effizienter, eliminiert Fehlerquellen und sorgt für hohe Transparenz. Sie wissen jederzeit, wo sich Ihre Sendungen gerade befinden.

Die E-Logistics-Lösungen der Post optimieren die Prozesse zwischen Ihnen, Ihren Kunden und der Post. Das Resultat überzeugt: Ihre internen Abläufe funktionieren reibungslos und Ihr Versand lässt sich hochgradig automatisieren.

Die Schnittstellen zur Post sorgen zudem dafür, dass in Ihrem System stets das aktuelle Postangebot zur Verfügung steht. Ein optimaler Informationsfluss vereinfacht Ihr Retourenmanagement – und macht auch Ihre Kunden glücklich: Diese haben die Wahl zwischen flexiblen Lieferoptionen und können sich rund um die Uhr über den Status ihrer Sendungen informieren.

DataTransfer beschleunigt Ihren Versand

Die elektronische Schnittstelle für den sicheren Datenaustausch zwischen Ihrem Unternehmen und der Post heisst DataTransfer. Für grosse Briefmengen eignet sich die Lösung ideal: Sendungsdaten lassen sich effizient übermitteln; die Post liefert Ihnen automatisch den Lieferschein und/oder das Aufgabeverzeichnis. Ihre Sendungsberichte können Sie täglich abrufen und in Ihren IT-Applikationen weiterverarbeiten.

Auch für Ihren Paketversand bietet DataTransfer die schnellste und bequemste Möglichkeit zur Übermittlung der Sendungsdaten. Das System ergänzt Adressen automatisch mit Verarbeitungs- und Zustelldaten und stellt sie Ihnen zur Verfügung. Mithilfe dieser Informationen kann die Post beispielsweise Ihre Kunden per E-Mail oder SMS über den Status der Lieferung informieren.

Webservices integrieren Post-Leistungen in Ihre IT

Diverse Webservices ermöglichen es Ihnen, Leistungen der Post direkt in Ihre Unternehmens-IT einzubinden. Ihre Versandprozesse lassen sich dadurch erheblich vereinfachen:

Webservice «Barcode»

Drucken Sie automatisch Adresstiketten mit integriertem Barcode aus oder integrieren Sie den Barcode in Ihren Lieferschein. So optimieren Sie nicht nur Ihre Versandprozesse, Sie sparen auch Aufwand und Kosten.

Webservice «Sendungen verfolgen»

Integrieren Sie die Sendungsverfolgung der Post direkt in Ihre Systeme, Ihre Website oder binden Sie den Service in Ihren Onlineshop ein. Auf diese Weise können Sie oder Ihre Kunden sich jederzeit über den Status einer Sendung informieren.

Webservice «PickPost und My Post 24»

Erweitern Sie Ihre Lieferoptionen um zwei flexible Angebote: Lassen Sie Ihre Kunden Pakete dann und dort abholen, wo es für sie am bequemsten ist. Der Webservice «PickPost und My Post 24» lässt sich direkt in Ihren Webshop integrieren.

Die Post berät Sie gerne persönlich zu DataTransfer und den Webservices und bietet Ihnen technische Unterstützung an. ■ an

post.ch/e-logistics



Weniger Aufwand beim Versenden mit Barcode-Adresstiketten.

Physische Mailings bieten handfeste Vorteile

Zwei neue Studien zeigen, dass per Post verschickte Mailings auch im Zeitalter der digitalen Kommunikation hohe Aufmerksamkeit erzielen und Unternehmen grosse Teile ihrer Werbebudgets in diesen Bereich investieren.

42,6%

der Marketingbudgets werden durchschnittlich in Dialogmarketing investiert.

33,4%

physische Sendungen stehen auf **Platz 1** der Dialogbudgets der Auftraggeber.

Aus der Studie «Dialogmarketing in der Schweiz 2015» des Schweizer Dialogmarketing Verbands (SDV).

Physische Mailings fallen auf, weil sie die Sinne ansprechen – sind doch im Vergleich zu anderen Medien der Kreativität kaum Grenzen gesetzt. Modernes Dialogmarketing ist interaktiv, persönlich und messbar. Ausserdem haben physische Mailings den Vorteil, in der gewohnten Umgebung zu wirken, zum Beispiel zu Hause oder im Büro.

Für Unternehmen ist Dialogmarketing ein wichtiges Element in ihrer Kommunikation. Dies zeigen zum Beispiel die Werbebudgets: Ein gewisser Digitalisierungstrend macht sich bemerkbar, aber die höchsten Ausgaben entfallen nach wie vor auf physische Sendungen, wie Studien belegen. Die Massnahmen werden zu einem grossen Teil durch die Unternehmen selbst geplant und durchgeführt.

WEMF-Studie: Werbebriefe sorgen für Kaufimpulse

Mit der Studie MA Strategy bietet die WEMF AG für Werbemedienforschung bereits seit 15 Jahren einen unabhängigen Nutzervergleich für viele Werbekanäle. 2014 wurde erstmals auch Direct Mail als Werbekanal in die Studie integriert – mit einem überraschenden Ergebnis: Rund 25 Prozent der Schweizer Werbeausgaben entfallen auf physische Mailings. Werbebriefe erzielen ausgezeichnete Werte, wenn es darum geht, die Wahrnehmung positiv zu beeinflussen und einen Kaufimpuls auszulösen.

SDV: Ein Drittel der DM-Ausgaben entfällt auf physische Mailings

Die neue Studie «Dialogmarketing in der Schweiz 2015» der Schweizer Dialogmarketing Verbands (SDV) belegt die wirtschaftliche Bedeutung der direkten Kommunikation. Dazu wurden rund 103 Auftraggeber und 97 Dienstleister zu ihren Dialogmarketing-Aktivitäten befragt. Die Studie zeigt, dass fast die Hälfte der Marketingbudgets in Dialogmarketing investiert wird. Davon wiederum geben die Auftraggeber einen Drittel für physische Sendungen aus. ■ Is

post.ch/directpoint
sdv-dialogmarketing.ch

Professionelle Mailings dank Mailing-Guide mit Online-Konfigurator

Ein Werbebrief will gut vorbereitet sein. Der Mailing-Guide der Post führt in neun Schritten durch den Prozess und unterstützt Sie bei der Konzeptarbeit. Ein zentrales Arbeitsinstrument des Online-dienstes ist der Mailing-Konfigurator: Er generiert aus Ihren Angaben ein fixfertiges Mailingkonzept. Probieren Sie es aus – der Mailing-Guide ist kostenlos!

post.ch/ mailing-guide

Dialog-Marketing-Messe 2016

Auf den richtigen Mix kommt es an

«Die Brücke zu Ihren Kunden. Physisch und digital zum Markterfolg.» Unter dieses Motto stellt die Post ihren diesjährigen Messestand an der Dialog-Marketing-Messe. Mit zahlreichen Angeboten aus den Bereichen E-Commerce und Direct Marketing zeigt die Post auf, warum die Kombination von Online- und Offline-Massnahmen so erfolgreich ist.

Die Fachmesse der Schweizer Dialogmarketing-Branche findet am 13. und 14. April 2016 in der «Messe Zürich» in Zürich Oerlikon statt. Die Post ist am über 400 Quadratmeter grossen Stand Nr. G.07 in der Halle 2 zu finden. ■ Is

post.ch/dmm



Zwei Disziplinen, die sich ideal kombinieren lassen.

**LESER-
ANGEBOT**

PostCard Creator

Spielend leicht Postkartenmailings entwerfen und versenden

Ohne grosse Vorkenntnisse professionelle Postkartenmailings und Flyer erstellen – das schaffen Sie spielend leicht mit PostCard Creator. Und jetzt können Sie mit etwas Glück eines von 30 Mailings à 100 Karten im Wert von je 250 Franken gewinnen.

Nehmen Sie die Gestaltung Ihrer Postkartenmailings selbst in die Hand: Mit PostCard Creator, Ihrem eigenen Design-Tool. Hier gestalten Sie Ihre Werbepost und beauftragen die Post für Druck und Versand mit ein paar Mausklicks.

«Selber gestalten» lautet die Devise

Zeigen Sie, wie viel Kreativität in Ihnen steckt: Der Online-dienst PostCard Creator ist leicht zu bedienen und steht Ihnen jederzeit zur Verfügung. Sie haben die Wahl zwischen zahlreichen Postkartenformaten, können Ihre

eigenen Sujets hochladen und Ihre Botschaft platzieren. Auch das mühselige Adressieren von Hand oder mit Klebeetiketten entfällt: Nach der Gestaltung laden Sie einfach Ihre Adressdatei hoch und können das Produzieren der Karten und den Versand getrost der Post überlassen.

Kleiner Aufwand, grosser Ertrag

Mindestbestimmungen? Fehlanzeige! Bereits ab einem einzigen Exemplar können Sie Ihre Werbebotschaft über PostCard Creator kreieren, drucken und verschicken lassen. Drei Tage nach Auftragserteilung sind die Karten versandbereit, und wenn es einmal richtig schnell gehen muss, wird Ihr Mailing mit der Option «Expressbestellung» sogar noch am gleichen Tag versendet. ■ Is

post.ch/postcardcreator

30 Postkarten- mailings à 100 Karten zu gewinnen

Die Post verlost 30-mal 100 Mailings im Wert von je CHF 250.–. Füllen Sie die beiliegende Antwortkarte aus und senden Sie diese bis am 15. April 2016 zurück. Viel Glück beim Wettbewerb und viel Spass beim Gestalten Ihrer eigenen Werbe-Postkarten!

Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

