

Info Post

Das Magazin für unsere Geschäftskunden
Juli 2013

DIE POST 

Empfehlungs- marketing sobu – die Inno- vation auf Social Media

Laufzeiten

Die Post ist europaweit Spitze

Filmfestival Locarno

Jetzt VIP-Tickets gewinnen!



- 2 ■ Intelligente Frankiersysteme (IFS): **Effizienz beim Frankieren**
 - Laufzeiten Briefe und Pakete: **Es läuft sehr gut!**
- 3 ■ Abend- und Samstagzustellung: **Lieferrn, wenn Ihre Kunden zu Hause sind**
 - My Post 24: **Der Paketschalter mit grenzenlosen Öffnungszeiten**
- 4 ■ Beleglose Nachnahme: **Einfach, sicher und günstiger: Nachnahmesendung ohne Einzahlungsschein**
 - Disposit Cold: **Damit Ihr Paket garantiert cool ankommt**
- 5 ■ Sperrgut: **Sperriges versenden leicht gemacht**
 - PubliPoste: **Erreichen Sie mit Ihrer Werbung täglich über 500 000 Kunden**
- 6 ■ **Agenda**
 - Postkarten-Newsletter: **DM-Erfolg ist ansteckend**
 - Softwarepartner E-Logistics: **Gemeinsam E-Services entwickeln**
- 7 ■ Mailing-Check-up: **Expertentipps für Ihr Mailing**
 - Geschäftsantwortsendungen: **Kundenbindung leicht gemacht**
- 8 ■ STEG Electronics AG: **«Mit sobu bieten wir unseren Fans eine echte Innovation.»**
- 9 ■ PerfectHair AG: **Perfekter Service für perfektes Haar**
- 10 ■ Paketzustellung: **Freie Fahrt für 1000 neue Zustellfahrzeuge**
 - QR-Codes: **Neu: nützliche Zusatzinfos einfach abrufen**
- 11 ■ Die Schweizerische Post AG: **Die Post ist nun eine AG**
 - Wertlogistik: **Zehn Jahre auf Erfolgskurs: SecurePost**
- 12 ■ Filmfestival Locarno: **Grosses Kino im Tessin: Gewinnen Sie 2 VIP-Tickets!**

QR-Codes

Sie können zu jedem Artikel mit diesem Symbol mit der Post-App zusätzliche Informationen abrufen.



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C005019

Impressum

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

Redaktion: Post CH AG: Jasmin Batt (jb), Manuel Fuchs (mfu)
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.

Intelligente Frankiersysteme (IFS)

Effizienz beim Frankieren

Einfach, schnell, professionell: Mit intelligenten Frankiersystemen drucken Sie immer die aktuellen Tarife auf die Briefumschläge Ihrer Tagespost.

Wer seine Post mit IFS bearbeitet, spart Zeit und frankiert jede Sendung garantiert korrekt. Sämtliche Preise und Produkte sind dank automatischer Online-Aktualisierung stets auf der Höhe der Zeit, und mit detaillierten Monatsauszügen geniessen Sie volle Kostentransparenz.

Mehr Komfort mit IFS 3

Die neue Generation IFS 3 bietet zusätzlich zu den bekannten Vorteilen der IFS noch mehr Komfort. Neu drucken Sie die Barcodes für Briefe mit Zustellnachweis (Einschreiben, A-Post Plus usw.) und die Frankatur in einem Schritt. Das mühsame Aufkleben von Barcodes entfällt.

Transparenz über Ihre Frankierkosten erhalten Sie dank der neuen Funktion «Kostenmanager» auf My Post Business. *an*

www.post.ch/ifs



Laufzeiten Briefe und Pakete

Es läuft sehr gut!

Pünktlichkeit ist die Höflichkeit der Könige – und auch für die Post von grosser Bedeutung: Deshalb führt sie kontinuierlich Laufzeitmessungen mit Testsendungen durch und erzielt dabei exzellente Werte.

Welchen Weg legt ein Brief oder ein Paket zurück und in welcher Zeit? Mit dem Versand von Testsendungen überprüft und verbessert die Post ihre Laufzeitqualität. Für die Messungen der Paket- und Brieflaufzeiten wird ein wissenschaftlich anerkanntes Messverfahren angewendet. Dabei werden alle Messungen durch eine unabhängige Stelle überwacht beziehungsweise durchgeführt.

Spitzenrang im internationalen Vergleich

Die Resultate von 2012 können sich sehen lassen: 97,9 Prozent der A-Post- und 98,8 Prozent der B-Post-Briefe erreichten letztes Jahr pünktlich ihren Empfänger. Bei den Paketen erzielte die Post ebenfalls sehr gute Werte: 97,7 Prozent aller PostPac-Priority- und 97,9 Prozent aller PostPac-Economy-Pakete kamen pünktlich an. Die Post übertrifft damit die Vorgaben des Bundes. Und im europäischen Vergleich positioniert sich die Schweizerische Post wiederum auf einem Spitzenrang. Für die Post ist jede einzelne Sendung wichtig, und sie setzt täglich alles daran, jede Sendung fristgerecht zu verarbeiten. *jme*

Abend- und Samstagzustellung

Liefern, wenn Ihre Kunden zu Hause sind

Mit der Abend- und Samstagzustellung erreichen Ihre Paketlieferungen die Kunden dann, wenn sie auch tatsächlich zu Hause sind.

Interneteinkäufe nehmen stetig zu. Da die Käufer häufig berufstätig sind, sind sie zu den normalen Zustellzeiten schlecht erreichbar. Jetzt schafft die Post Abhilfe: Mit der Abendzustellung während der Woche zwischen 17 Uhr und 20 Uhr und mit der Samstagzustellung erreichen die Sendungen Ihre Kunden dann, wenn sie zu Hause sind. Die

Lieferung wird dem Empfänger auf Wunsch sogar vorher per SMS oder E-Mail angekündigt.

Zustellung noch am selben Tag

Mit der Abendzustellung haben Sie die Wahl, ob Ihre Kundschaft die Ware gleichentags oder erst am Folgetag erhalten soll. Bei der Samstagzustellung übernimmt die Post auf Wunsch die Lagerung der Pakete ab dem Aufgabetag bis zur Auslieferung.

Wenn Sie als E-Shop-Betreiber die Abend- und Samstagzustellung jetzt in Ihr Bestellsystem einfügen, zahlt sich das für Sie aus. Denn so steigern Sie Ihre Erstzustellrate und erreichen eine höhere Kundenzufriedenheit. *jme*

www.post.ch/paket-welt
www.post.ch/abend-und-samstagzustellung



My Post 24

Der Paketschalter mit grenzenlosen Öffnungszeiten

Dieser Postschalter arbeitet rund um die Uhr für Sie: My Post 24 ist ein Paketautomat, an dem Sie 24 Stunden am Tag und an sieben Tagen die Woche Pakete abholen, aufgeben und retournieren können. Und zwar bereits ab diesem Herbst.

Die Post bietet Ihnen noch mehr Service und Komfort: Mit My Post 24 können Sie Pakete versenden und entgegennehmen, wann immer Sie wünschen. Die Paketaufgabe am Automaten ist zeitunabhängig und denkbar einfach. Alles, was Sie brauchen, ist ein Login der Post, das Sie nach einer einmaligen Online-Registrierung erhalten.

Fächlein öffne dich!

Möchte der Empfänger das Paket nicht nach Hause, sondern zu einem My-Post-24-Automaten geschickt bekommen, braucht er dem Absender nur die Adresse des entsprechenden Automaten anzugeben. Wenn das Paket eintrifft, erhält der Empfänger eine Meldung per E-Mail oder SMS. Nach Eingabe von Username und Passwort am Apparat kann

der Kunde mit dem erhaltenen Code sein Paket entnehmen.

Gute Lösung für Onlineshops

Für E-Shop-Betreiber ist diese neue Lösung besonders interessant, denn so erhält die Kundschaft, welche während der normalen Postzustellzeiten selten zu Hause ist, ihre Bestellungen trotzdem rechtzeitig.

Ab Herbst 2013 stehen in Bern und Zürich die ersten Paketautomaten bereit. Bis Ende 2014 ist die Inbetriebnahme von 40 Paketautomaten schweizweit geplant. Im Fokus stehen vor allem Standorte bei Bahnhöfen, Einkaufszentren, Tankstellen und Wohnsiedlungen. *jme*



Mit dem Paketautomaten My Post 24 können Sie rund um die Uhr Pakete aufgeben und abholen.

Beleglose Nachnahme

Einfach, sicher und günstiger: Nachnahmesendung ohne Einzahlungsschein

Die beleglose Nachnahme bietet Ihnen ein sicheres und unkompliziertes Inkasso und ist gegenüber der normalen, beleggebundenen Variante erst noch günstiger.

Vereinfachen Sie zeitraubende Sendungsvorbereitungen beim Warenversand gegen Nachnahme: Mit der Post-Dienstleistung «Beleglose Nachnahme» entfallen aufwändiges Ausfüllen und Aufkleben von Nachnahmebelegen auf Ihren Sendungen. Mit My Post Business können Sie Ihr Versandgut mit einer einzigen Adresstikette mit Barcodes ausdrucken. Das Belegen des Einzahlungsscheines entfällt. Ihre

Sendungsdaten mit Nachnahmebetrag werden automatisch online der Post übermittelt. Nachdem der Empfänger mit seiner Unterschrift den Erhalt der Ware quittiert und bar bezahlt hat, wird der Betrag direkt Ihrem Konto gutgeschrieben.

Denkbar einfache Nutzung

Für Versandhändler mit grossen Sendungsvolumen ist die beleglose Nachnahme ein besonders attraktives Angebot. Anders als bei der Bezahlung per Rechnung oder Kreditkarte

kommen Sie garantiert und unmittelbar nach erfolgter Zustellung zu Ihrem Geld. Auch die Nutzung ist denkbar einfach: «Beleglose Nachnahme» können Sie sofort und ohne Programmierarbeiten via «Sendungen aufgeben» auf My Post Business verwenden. Gegenüber der beleggebundenen Version ist die beleglose Nachnahme erst noch drei Franken günstiger. *jme*

Disposet Cold

Damit Ihr Paket garantiert cool ankommt

Ökonomisch, ökologisch und vor allem gut gekühlt: Disposet Cold ist die Verpackungslösung für den Transport von gekühlten Human- und Veterinärarzneimitteln im Temperaturbereich zwischen +2 °C und +8 °C.

Ob im Sommer oder im Winter: Dank der Disposet-Cold-Verpackung bleiben Ihre Arzneimittel im Lagertemperaturbereich zwischen +2 °C und +8 °C bis zum Empfänger garantiert gekühlt. Ihre Produkte werden dabei rundum mit Kühlelementen versehen, die durch Einschubtaschen jedoch stets getrennt vom Versandgut bleiben – so entsteht keine Kontamination der Ware.

Keine Sorgen beim Entsorgen

Mit Disposet Cold sparen Sie Zeit, denn bei dieser Mehrweg-Isolationsverpackung ist kein Falten, Verschnüren oder Verkleben nötig. Sie erhalten die fixfertige Verpackung «just in

time» direkt zum Firmensitz geliefert. Der Empfänger braucht sich auch um die Entsorgung nicht zu kümmern: Die Post nimmt das Disposet Cold inklusive allfälligen Stopfmaterials mit der leeren Dispobox gleich nach der Auslieferung wieder mit.

Nicht zuletzt beweisen Sie mit dem Einsatz des ökologischen Mehrwegsystems Ihr Engagement für die Umwelt – gut für Ihr Image und vor allem gut für die Natur! *jme*



Gut gekühlter Inhalt bis zum Empfänger: die Mehrweg-Isolationsverpackung Disposet Cold.

PubliPoste

Erreichen Sie mit Ihrer Werbung täglich über 500 000 Kunden

So geht Werbung richtig nahe: PubliPoste ist Ihre treffsichere Werbepattform in rund 1800 Poststellen in der ganzen Schweiz. Mit diversen Werbeträgern wie Plakaten, Dispenserauflagen, Promotionsflächen oder mit einem Spot auf CanalPoste kommt Ihre Werbung optimal an.



Das neu konzipierte Ladenlayout der Post bietet Ihnen optimale Werbeflächen.

Täglich besuchen über eine halbe Million Kundinnen und Kunden die Schweizer Poststellen. Mit Werbung in den Poststellen erreichen Sie mit Ihrer Werbebotschaft Tag für Tag diese Anzahl von Menschen, die selbst im hintersten Tal unseres Landes daheim sind. Das neu konzipierte Ladenlayout ermöglicht Ihnen quasi einen spektakulären Werbeauftritt zum Anfassen.

Siebenminütige Werbezeit

Im Schnitt hält sich die Kundschaft sieben Minuten in der Poststelle auf – eine Zeit, die sich die Postkunden gerne mit etwas Unterhaltung verkürzen: zum Beispiel mit Ihrer Werbung. Die Post bietet Ihnen auf der Poststelle verschiedene Werbeträger an, vom klassischen wie Plakat, Broschüre, Schalterabgabe bis zum elektronischen Werbeträger, den Screens von CanalPoste. Dabei sind die Werbemedien stets optimal platziert. So sind die Pla-

katstellen für A4- oder A3-Plakate direkt auf Augenhöhe integriert. Ein echter Hingucker sind die Werbemöglichkeiten bei den Ticketspendern.

Kommen Sie mit den Kunden direkt ins Gespräch

Die Post bietet Ihnen zudem Promotionsflächen in über 100 Poststellen an, auf denen Sie Ihr Produkt persönlich präsentieren und sogar verkaufen können, sei es durch Degustation, Demonstration oder Verteilung von Flyern und Mustern.

Die Post rückt Ihre Produkte nicht nur ins rechte Licht, sondern bietet Ihnen zudem professionellen Support von Beratung und Planung über Koordination und Produktionsunterstützung bis hin zur Qualitätskontrolle. *jme*

www.post.ch/publiposte

Sperrgut

Sperriges versenden leicht gemacht



Die Post befördert selbst die sperrigsten Sendungen.

Ob Stühle, Lampen oder Schaukelpferd – die Post macht Ihnen auch das Versenden von Sperrgut leicht. Doch was gilt als Sperrgut?

Wie Sie Bücher oder Kleider versenden, wissen Sie bereits: Die Ware in eine Schachtel legen, adressieren, aufgeben, fertig. Aber wie versenden Sie einen Kinderwagen oder ein Beistelltischchen? Genau so einfach. Auch klobige und schwere Güter lassen sich problemlos befördern, die Post unterstützt selbst Ihre sperrigsten Sendungen. Die Zustellung erfolgt, wie bei normalen Paketen, am nächsten oder übernächsten Werktag. Sogar Kurier- und Expresssendungen sind möglich.

Die Eigenschaften von Sperrgut

Die einzige Voraussetzung ist, dass sperrige Waren als Sperrgut gekennzeichnet sind. Als Sperrgut gelten Sendungen, die eine der folgenden Eigenschaften aufweisen:

- unverpackt
- länger als 100 cm oder zwei Dimensionen (Länge oder Breite) länger als 60 cm
- nicht schwerer als 30 kg
- mit Anhängedresse

Eine Obergrenze für Sperrgut gibt es allerdings: Maximal 250 cm Länge oder ein Gurtmass von 400 cm oder ein Gewicht von 30 kg. Sendungen, die diese Massen übersteigen, gelten als Stückgut. *jme*

www.post.ch/sperrgut

Agenda

SuisseEMEX'13

Die Post bietet Ihnen an der führenden Schweizer Fachmesse für die Marketing-, Kommunikations- und Eventbranche einen ganz besonderen Service: An ihrem Stand können Sie unter dem Motto «Wirkungslabor Direct Marketing» die Wirkung des Direct Marketing an verschiedenen Stationen entdecken und testen. Darüber hinaus finden Sie an der SuisseEMEX – dieses Jahr unter dem Titel «Unternehmenspositionierung – quo vadis future?» – eine Menge Neuigkeiten und Inspirationen.

www.post.ch/suisse-emex
20.–22.8.2013 Messe Zürich

DirectDay neu in Bern

Profilierte Referentinnen und Referenten, aktuelles Know-how, lustvolles Networking: Das alles und mehr erleben Sie am 14. DirectDay, dem Treffpunkt der Marketing- und Kommunikationsbranche, im Kursaal Bern. Notieren Sie sich das Datum schon jetzt in Ihrer Agenda!

26.11.2013 Kursaal Bern

Postkarten-Newsletter

DM-Erfolg ist ansteckend

Direct Mailings wirken – und wie! Abonnieren Sie jetzt unsere kostenlosen Erfolgsgeschichten.

Wie können Sie bei Ihren Kunden mit einem Direct Mailing positive Reaktionen auslösen? Zu diesem Thema gibt es eine Fülle von Fachliteratur. Wer die Antwort lieber anhand von besonders erfolgreichen Praxisbeispielen finden will, ist bei der Post an der richtigen Adresse. Auf www.post.ch/wirkung-newsletter präsentiert sie Ihnen laufend neue Erfolgsgeschichten.

Erfolgsgeschichten bestellen und von den Besten lernen

Sherpa, Vögele Reisen, die Mobiliar, IKEA oder das Hotel Park Weggis machen es vor: Physische Mailings werden von den Empfängern gerne angefasst und angesehen – mit entsprechend erfreulichen Response-Werten. Blicken Sie anderen Unternehmen über die Schulter und lassen Sie sich von deren DM-Erfolgsgeschichten inspirieren. Damit Sie keine dieser Geschichten verpassen, erhalten Sie von der Post mehrmals jährlich einen kostenlosen Postkarten-Newsletter mit Informationen über die aktuellsten DM-Beispiele. Wer weiss – vielleicht berichtet der Newsletter schon bald über Ihre eigene Erfolgsgeschichte?



Zum Beispiel Hotel Park Weggis: 15 Prozent Response

Mit einem ästhetischen, weltweit verschickten Blumengruss-Mailing hat das Inner-schweizer 5-Sterne-Hotel sein Geschäft zum Florieren gebracht. Die Gäste erhielten Blumensamen zum Selber-Pflanzen, zusammen mit der Aufforderung, das aktuelle Sommerprogramm des Hauses zu bestellen. Und siehe da: Knapp 15 Prozent der Empfänger forderten das Programm an. Besonders schön: Viele begeisterte Gäste schickten dem Hotel Bilder der Blumen, die aus den erhaltenen Samen gesprossen waren. *an*

Newsletter bestellen:
<http://wirkung.post.ch/kontakt>



Softwarepartner E-Logistics

Gemeinsam E-Services entwickeln

Anbieter von ERP- und E-Commerce-Lösungen aufgepasst: Als Partner der Post für eingebettete Versandlösungen punkten Sie bei Ihren Kunden.

Für Betreiber von Webshops und ERP-Systemen ist eine zuverlässige Versandlösung ein wichtiger Erfolgsfaktor. Die Kunden sollen auf möglichst einfache Weise die gewünschte Zustellungsart wählen können. Durch eine Zusammenarbeit mit der Post erfüllen Softwareanbieter diesen Anspruch. Zudem profi-

tieren sie vom guten Namen der Marktführerin – Vertrauensbonus inklusive.

Gesucht: die besten Partner

Haben Sie schon eine E-Service-Lösung für den Versand in Ihre Software integriert? Oder planen Sie dies gerade? Dann lassen Sie es uns wissen – und werden Sie unser Softwarepartner. Melden Sie sich für eine kostenlose Veröffentlichung Ihrer Lösung auf unserer Part-

nermanagement-Webseite an. Wir testen gerne Ihre Lösung. Anschliessend sind Sie auf unserer Website in bester Gesellschaft mit weiteren Qualitätsanbietern. Zum Anmeldeformular gelangen Sie via Link oben rechts auf unserer Webseite. Übrigens: Auch Webshop- und ERP-Betreibern können wir das Anklicken unserer Partnerliste wärmstens empfehlen. *an*

www.post.ch/partner-e-services

Geschäftsantwortsendungen

Kundenbindung leicht gemacht

Öffnen Sie Ihren Kunden mit vorfrankierten Antwortsendungen die Tür zu Ihrem Geschäft. Mit geringem Aufwand erhöhen Sie damit die Rücklaufquote Ihrer Mailings, Umfragen und Offerten.



Komfort für Ihre Kunden: einfach ohne zu frankieren zurücksenden.

Schon ab 63 Rappen pro Antwortsendung sind Sie dabei: So günstig ist der Tarif für eine B-Post-Geschäftsantwortsendung, wenn innerhalb eines Monats mehr als 500 Exemplare eintreffen. Ihre Antwortsendungen können Sie aber auch als A-Post oder – bei vertraulichen Inhalten – als Brief mit Zustellnachweis vorfrankieren. In jedem Fall bezahlen Sie nur für jene Sendungen, die Sie tatsächlich erhalten. Selbst Ihren Kunden im Ausland machen Sie es leicht, mit Ihnen in Kontakt zu treten: Deren Antwortsendungen empfangen Sie wahlweise in der Schweiz oder im betreffenden Land.

Sympathisch kostenlos für Ihre Kunden

Geschäftsantwortsendungen sind das ideale Instrument, um bei Ihren Kunden schnelle Reaktionen und hohe Rücklaufquoten zu erzielen. Die Sendungen können rasch in den nächsten Briefkasten geworfen werden – das Frankieren bleibt Ihren Kunden erspart. Ihre Karten und Briefumschläge gestalten Sie auf einfache Weise selbst. Laden Sie dafür die druckfähigen Vorlagen von der Post-Website herunter. Tipp: Lassen Sie vor dem Druck der Gesamtauflage eine Mustersendung in Ihrer Poststelle begutachten – es lohnt sich! *an*

www.post.ch/gas

Mailing-Check-up

Expertentipps für Ihr Mailing

Wie fit ist Ihr Mailing? Lassen Sie es von Experten unter die Lupe nehmen – und optimieren Sie die Wirkung.

Machen Sie mehr aus Ihrem Direct-Marketing-Budget. Gestalten Sie Ihre Mailings so, dass sich Ihre Investitionen optimal auszahlen. Die Post unterstützt Sie dabei: Direct-Marketing-Experten analysieren Ihr Mailing anhand verschiedener Kriterien wie etwa Angebot, Botschaft, Wirkung, Kreativität oder Nutzen. Daraus leiten sie

Empfehlungen ab, wie Sie das Maximum aus Ihrem Mailing herausholen können. Die neutrale Aussensicht kann Ihnen zu überraschenden Einsichten verhelfen und die Erfolgsaussichten Ihres Mailings verbessern. Interessiert? Dann senden Sie Ihr Mailing an diese Adresse (Preis für einen Check-up: CHF 350.-). *an*

Post CH AG
PostMail
Direct Marketing Services
Pfungstweidstrasse 60 b
Postfach
8080 Zürich

STEG Electronics AG

«Mit sobu bieten wir unseren Fans eine echte Innovation.»

STEG zählt zu den führenden Schweizer Fachgeschäften für Computer sowie Heim- und Unterhaltungselektronik. Eine starke Präsenz auf Social-Media-Plattformen ist Teil der Unternehmensphilosophie. Mit sobu (Social Media und Business Network) von der Post hat STEG das Empfehlungsmarketing in der virtuellen Welt entdeckt.

Insgesamt 280 Mitarbeitende an 16 Standorten bieten den Kunden von STEG schweizweit einen hochstehenden Service und kompetente Beratung. Einen bedeutenden Beitrag an den Umsatz leistet der Webshop. Über den sobu-Service der Post finden fast täglich neue Kunden den Weg in die «Online-Filiale». Miriam Rust, CMO/Marketingleiterin bei STEG, verrät das Erfolgsrezept.

Frau Rust, wie funktioniert sobu?

Miriam Rust (M.R.): Ganz einfach! Als Kunde bestellen Sie in unserem Webshop beispielsweise einen individuell bestückten PC. Direkt

im Anschluss an Ihren Kauf in unserem Online-shop haben Sie die Möglichkeit, Ihren Einkauf auf Facebook zu posten. Wenn jetzt einer Ihrer Freunde Ihrer Empfehlung folgt und ebenfalls bei uns einkauft, erhalten Sie eine Gutschrift von sobu auf Ihr Konto. Gleichzeitig erhält Ihr Freund bei seinem Einkauf einen Rabatt.

Sie setzen seit Juli 2012 auf sobu. Welche Erfahrungen machen Sie damit?

M.R.: Da wir als einer der ersten Partnershops bei sobu eingestiegen sind, verfügten wir über keine Vergleichswerte. Aber ich darf sagen, dass wir bisher recht erfreuliche Resultate erzielt

haben! Die Kundenempfehlungen nehmen exponentiell zu – unter allen teilnehmenden Anbietern verzeichnen wir am meisten Posts.

Welche Kundengruppen nutzen Ihr Social Business besonders intensiv?

M.R.: Es ist vor allem die Altersgruppe von den Jugendlichen bis zu den Endzwanzigern. Viele von ihnen sind sehr technikaffin. Sie sind beispielsweise stolz darauf, ihren Freunden die neu erstandene «Ferrari»-Grafikkarte zu präsentieren.

Sie steigern mit sobu den Umsatz. Welche anderen Vorteile bietet Ihnen der Service?

M.R.: Social Media haben bei uns schon lange einen hohen Stellenwert. Unser Facebook-Auftritt begeistert über 30 000 Fans. Ihnen wollen wir nicht nur direkten Support, Aktionen und Informationen bieten, sondern mit sobu auch eine echte Innovation – etwas wirklich Neues! sobu ist das ideale Bindeglied zwischen Social Media und E-Commerce.

Die Post hat sobu aufgebaut und lanciert. Finden Sie das nicht etwas merkwürdig?

M.R.: Gar nicht. Die Post unterstützt uns bei vielen Marketingaktivitäten – hier erleben wir immer wieder, wie nahe sie an den aktuellen Trends dran ist. Dass sie das innovative sobu lanciert hat, nun, das hat mich nicht wirklich überrascht! *an*



Miriam Rust sieht viel Business-Potenzial mit sobu.

www.steg-electronics.ch



Setzt auf die Zukunft von Social Media und glaubt an die Post: Mitglied der Geschäftsleitung Matthias Müller in seinem Onlineladen.

PerfectHair AG

Perfekter Service für perfektes Haar

PerfectHair AG beliefert mit ihrem erfolgreichen Onlineshop die Kundschaft täglich mit professionellen Haar- und Kosmetikprodukten sowie Parfums. Mit sobu, der neuen Social-Media-Dienstleistung der Post, fügt PerfectHair AG ihrer Internetpräsenz einen weiteren Schritt hinzu.

Bunte Fläschchen, Päckchen und Tuben, so weit das Auge reicht: Im Hauptquartier von PerfectHair AG stehen rund 7000 Markenartikel in einem Regal-Labyrinth zum Versand bereit. 70 Marken führt die grösste Schweizer Onlineplattform für Haar- und Schönheitsprodukte in ihrem Sortiment in Wallisellen – alles professionelle Produkte, wie sie die Haarstylisten hierzulande verwenden.

Matthias Müller, Mitglied der Geschäftsleitung und des Verwaltungsrates, gründete 2007 mit seinem Freund und ehemaligen Studienkollegen Diego Sagarra den Onlineshop. Was damals mit zwei bis drei Bestellungen pro Tag im Keller ihres ersten Schönheitssalons in Winterthur begonnen hatte – «die Bestellungen kamen damals mehrheitlich von unserem Freundeskreis», so Müller lachend – ist inzwischen zu einem täglichen Bestellvolumen im dreistelligen Bereich angewachsen. PerfectHair.ch beschäftigt heute rund 30 Mitarbeitende in den Läden in Winterthur und Zürich und im Onlineladen.

Grundlagen eines erfolgreichen Onlineshops

«Eine schnelle, zuverlässige Logistik und eine unkomplizierte Zahlungsschnittstelle bilden unter anderem die Grundlage eines erfolgreichen Onlinegeschäfts: Die Post ergänzt uns deshalb perfekt», meint der Geschäftsführer sichtlich zufrieden. Und selbstverständlich sei auch die Onlinepräsenz unabdingbar. So ist PerfectHair.ch auf zahlreichen Social-Media-Plattformen zu finden: von Twitter, Facebook, LinkedIn über Instagram und Youtube bis hin zu Google+ ist die Marktführerin gegenwärtig. «Social Media verleiht einem Unternehmen einen persönlichen Auftritt und bietet eine Plattform für direkte Kommunikation und

Feedbackmöglichkeit. Durch diese Personalisierung werden die Kunden beachtet und wertgeschätzt», erklärt Müller. «Und so sagten wir der Post sofort zu, als sie uns ihre neue Social-Media-Plattform sobu angeboten hat. Dieses Share-und-Benefit-Konzept hat uns gleich angesprochen. Noch ist sobu eine junge Plattform, die sich weiterentwickeln muss. Die Weiterempfehlungen dehnen sich ja erst mit der Zeit aus. Aber wir glauben an die Zukunft von Social Media. Und wir glauben an die Post!» *jme*

www.perfecthair.ch

sobu: kaufen – teilen – profitieren



Mit der Lancierung von sobu geht die Post innovative Wege. sobu steht für Social Media und Business Network und ist ein neuartiger Service, der es Usern ermöglicht, Produkte und Dienstleistungen, die sie im Internet gekauft haben, auf ihren sozialen Netzwerken weiterzuempfehlen. Nutzen Freunde diese Empfehlung, so erhält der

User eine Gutschrift von sobu. Gleichzeitig profitieren die Freunde automatisch von Vergünstigungen auf ihren Einkäufen. sobu schützt die Privatsphäre gegenüber Dritten. Die Freunde und Netzwerke werden anonym behandelt.

Mehr Infos: www.sobu.ch

Paketzustellung

Freie Fahrt für 1000 neue Zustellfahrzeuge



Die Post investiert in die Zukunft. Sie erneuert ihre Fahrzeugflotte für die Paketzustellung und nimmt 1000 neue Lieferwagen in Betrieb.

Das Schweizer Strassenbild erhält laufend mehr gelbe Farbtupfer. Nach Abschluss der Flottenmodernisierung werden ab 2014 insgesamt rund 1700 Paketzustellungsfahrzeuge unterwegs zu den Kundinnen und Kunden der Post sein.

Sorgfältige Evaluation mit hohen Ansprüchen

Der Fuhrpark der Post soll auch künftig einer der modernsten und sichersten der Schweiz sein. Mit diesem Anspruch hat die Post die Kriterien für die Wahl der neuen Fahrzeuge festgelegt. Die verschiedenen Fahrzeugmodelle sind

bezüglich Nachhaltigkeit, Fahrersicherheit und Instandhaltungsnetz sorgfältig geprüft und beurteilt worden. Von grosser Bedeutung ist dabei auch ein optimales Verhältnis zwischen Ladevolumen und Nutzlast gewesen. Das Rennen haben schliesslich die beiden Modelle Renault Master und VW Crafter gemacht: Sie erfüllen die Bedürfnisse der Post am besten.

Vertraute Gestalt, intelligentes Innenleben

Die neuen Lieferwagen fügen sich mit ihrer Gestaltung im typischen Post-Gelb optisch nahtlos in die bestehende Flotte ein. Ihr Innenleben zeichnet sich durch intelligente

Innovationen aus: So ist ein Computer an Bord, welcher neben diversen Fahrzeugdaten auch den Treibstoffverbrauch misst. Die Platzverhältnisse sind ideal auf die Paketzustellung ausgerichtet, und mit ihrem beträchtlichen Ladevolumen und der guten Fertigungsqualität erzielen die Renaults und VWs eine hohe Wirtschaftlichkeit. Millionen von Paketen gut und sicher zustellen – mit der aktuellen Fahrzeugbeschaffung legt die Post den richtigen Gang dafür ein. *an*

QR-Codes

Neu: nützliche Zusatzinfos einfach abrufen

Wünschen Sie zu einem Artikel in Ihrer Info Post mehr Informationen? Kein Problem – mit dem QR-Reader und der Post-App sind Sie auf dem Laufenden.

So funktioniert:

Laden Sie die Post-App auf Ihr Smartphone herunter (gratis im App Store und im Google Play Store).

- 1 QR-Reader starten: Klicken Sie im Startmenü auf das QR-Code-Symbol in der oberen rechten Bildschirmcke.
- 2 Fotografieren Sie den QR-Code in einem Artikel, der Sie besonders interessiert.
- 3 Sobald der QR-Reader den Code entschlüsselt hat, erscheinen auf Ihrem Smartphone automatisch alle Zusatzinformationen zum Artikel (z.B. ein Video).

Andere geeignete QR-Reader sind der «QR Reader» und «i-nigma».



Die Schweizerische Post AG

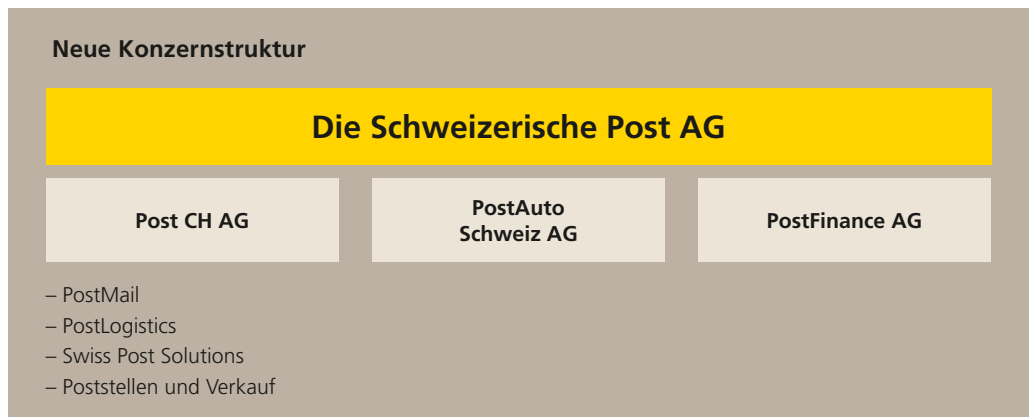
Die Post ist nun eine AG

Für die Post hat eine neue Ära begonnen: Das Unternehmen wurde in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Der Bund bleibt Eigentümer der Schweizerischen Post AG.

Die Post wurde am 26. Juni in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Unter ihrem Dach werden neu die drei Konzerngesellschaften Post CH AG, PostFinance AG und PostAuto Schweiz AG geführt.

Mit der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft erhält die Post einen modernen rechtlichen Rahmen, der ihr ausreichend unternehmerischen Spielraum einräumt. Die neue Organisationsform der Post ist eine Folge der neuen Postgesetzgebung, die seit Ende 2012 in Kraft ist.

Eigentümer der Schweizerischen Post AG bleibt zu 100 Prozent der Bund – neu in der Rolle als



Aktionär. Damit die Grundversorgung landesweit sichergestellt bleibt, behält der Bund die Mehrheit des Kapitals und der Stimmen. Der Bundesrat wählt zudem den Verwaltungsrat und die Revisionsstelle der Post.

Seit 1998 war die Post ein selbstständiges Unternehmen des öffentlichen Rechts im alleinigen Eigentum des Bundes (Anstalt des Bundes). Zuvor bildete die Post zusammen mit der Telecom die PTT-Betriebe. *mfu*

Wertlogistik

Zehn Jahre auf Erfolgskurs: SecurePost

Seit ihrer Gründung im April 2003 hat sich die SecurePost AG zur führenden Anbieterin von Wertlogistiklösungen entwickelt. Die Bilderbuchkarriere des Post-Tochterunternehmens macht Freude.

Diskretion, Zuverlässigkeit und Vertrauen: Mit diesen Grundwerten ist SecurePost seit zehn Jahren erfolgreich auf dem Markt tätig. Ihre Kunden aus verschiedenen Branchen – darunter führende Finanzinstitute und namhafte Detailhändler – schätzen die hohe Professionalität und Sicherheit der Dienstleistungen. Die rund 250 erfahrenen Mitarbeitenden von SecurePost setzen sich täglich für höchste Qualität in einem sensiblen Geschäftsfeld ein.

Mit Innovationen an die Spitze

SecurePost erledigt für ihre Kunden Werttransporte, das Bargeld-Handling und die Betreuung von Geldautomaten. Dabei profiliert sie sich



mit Innovationen: So hat sie den SecureCube entwickelt, ein intelligentes Einzahlungsterminal für das Back Office zur Vereinfachung der Bargeldprozesse im Detailhandel. Ihre Gesamtlösungen stimmt SecurePost mit hoher Flexibilität genau auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden ab. Dabei nutzt sie ihre moderne und leistungsfähige Infrastruktur und praktiziert konsequent ein durchgängiges Risk-Management. Das kommt gut an: Das Unternehmen vermochte seinen Marktanteil Jahr für Jahr zu steigern und ist marktführend für innovative Wertdienstleistungen. *an*



Filmfestival Locarno

Grosses Kino im Tessin: Gewinnen Sie 2 VIP-Tickets!

Möchten Sie eine unvergessliche Filmnacht auf der Piazza Grande in Locarno geniessen? Dann nichts wie los: Machen Sie mit bei unserem Wettbewerb – und gewinnen Sie zwei exklusive VIP-Tickets!

Im August 2013 verzaubert das Filmfestival Locarno mit seiner 66. Ausgabe Filmfans aus ganz Europa. Zehntausende von Besucherinnen und Besuchern pilgern zur Piazza Grande, um inmitten einer einzigartigen Atmosphäre die Perlen des Autorenfilms zu entdecken. Mit etwas Glück sind Sie gratis dabei: Wir verlosen 2×2 VIP-Tickets für die Filmvorführung und die Official Award Ceremony am Samstag, 17. August.

Lauschen Sie dem Knurren des Leoparden!

Wer gewinnt den heiss begehrten Goldenen Leoparden in diesem Jahr? Auf Ihrem VIP-Platz sind Sie am 17. August hautnah dabei, wenn die grosse Stunde der Sieger schlägt.

Die Post bewegt

Als Sponsorin und Partnerin der Retrospektive des Filmfestivals Locarno setzt sich auch die Post positiv in Szene. Darüber hinaus bietet PostAuto den Filmfreundinnen und -freunden einen Shuttle-Service – dank ihm können sie während des ganzen Festivals getrost auf ihr Auto verzichten.

Mitmachen – und Film ab!

Schon bald könnten Sie Ihre Reise ins Tessin zu planen beginnen: Um Ihre VIP-Tickets zu gewinnen, füllen Sie einfach die beigelegte Antwortkarte aus und senden diese bis 29. Juli 2013 zurück. Viel Glück! Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. *an*

66. Filmfestival Locarno
7. bis 17. August 2013
www.pardo.ch