

LA RIVISTA PER I NOSTRI CLIENTI COMMERCIALI

INFO POSTA

LUGLIO 2014



My Post 24

La soluzione per
pacchi 24 ore su 24

Pagina 3

E-commerce

Soluzioni logistiche
complete per PMI

Pagina 5

LA POSTA

Dinamismo giallo.

Tool PromoPost

Publicità più efficace con PromoPost

Impostate regolarmente mailing senza indirizzo? Con il tool PromoPost avete a disposizione un pratico strumento online per la pianificazione e il conferimento degli ordini – dal 1° aprile disponibile con funzioni ampliate.



Desiderate diversificare i contenuti dei volantini della vostra prossima campagna a seconda della regione? Volete indicare ad esempio la filiale più vicina della vostra azienda in funzione della località in cui viene recapitato il volantino? Nessun problema, il tool PromoPost vi consente di farlo con un unico ordine. Il cosiddetto ordine con sorte d'invii viene utilizzato per contenuti promozionali che variano a seconda della regione. I vantaggi? Attraverso il raggruppamento in un unico ordine si riducono i tempi e i rischi di scambio.

Aggiornamento mensile delle cifre di diffusione

Da metà aprile le cifre di diffusione utilizzate nel tool PromoPost non saranno più aggiornate con cadenza semestrale bensì mensile e saranno pubblicate ogni secondo fine settimana del mese. Cifre di diffusione aggiornate assicurano

una maggiore precisione delle promozioni e una copertura completa del gruppo target. Niente paura: le vostre offerte e i vostri computi dei prezzi non dovranno essere calcolati nuovamente – le cifre di diffusione vengono aggiornate sempre automaticamente. ■ Is

www.posta.ch/promoposttool

PromoPost multicanale e manifesti

La combinazione ideale: volantini e manifesti

La Posta ha ideato un pacco molto promettente combinando tra loro due mezzi pubblicitari, già molto efficaci singolarmente.

È dimostrato che la pubblicità è più efficace se le informazioni vengono acquisite attraverso strumenti diversi. La combinazione tra campagna di mailing e manifesti incrementa di conseguenza l'efficacia della vostra iniziativa e contribuisce a richiamare maggiore attenzione. La nuova offerta multicanale «PromoPost e manifesti» della Posta

consente di condurre campagne pubblicitarie di grande impatto anche con un piccolo budget.

Un unico interlocutore

La combinazione di due mezzi semplificherà la vostra contabilizzazione: per una campagna combinata con spedizione di volantini e affissione di manifesti avrete a disposizione un unico interlocutore che si occuperà di ogni singolo aspetto. Per lo svolgimento delle campagne con manifesti la Posta collabora con una società svizzera spe-

cializzata nella pubblicità esterna. Attualmente è richiesto un fatturato minimo con PromoPost di 10000 franchi per poter riservare manifesti per la stessa somma. Ciò corrisponde a circa 25-35 manifesti (ovvero circa 650000-910000 possibili contatti), inclusa l'affissione e la stampa. ■ Is

Per maggiori informazioni vi invitiamo a rivolgervi ai Servizi di direct marketing, n. tel. 058 386 21 21.

Colophon

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

Redazione: Posta CH SA: Jasmin Batt (jb) | Grafica, realizzazione: Polyconsult AG, Berna

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

Posta CH SA: Manuel Ackermann (ma) | Stampa: Stämpfli Publikationen SA, Berna | Modifiche dell'indirizzo: fax 058 667 33 28

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



MISTO
Carta da fonti gestite
in maniera responsabile
FSC® C005019

Uno sportello pacchi sempre aperto



Con My Post 24 i vostri clienti possono ricevere i loro pacchi puntualmente, anche se durante i normali orari di recapito postale non sono in casa.

Nove lavoratori svizzeri su dieci sono pendolari. Domicilio e luogo di lavoro sono quasi sempre distanti tra loro e gli orari di lavoro rigidi hanno sempre più spesso la meglio sui modelli variabili. La Posta segue costantemente queste tendenze sociali, ad esempio attraverso orari di recapito flessibili. Ormai i pacchi vengono consegnati anche di sera e il sabato oppure possono essere ritirati alla stazione di servizio. Ciò che ancora mancava, era un vero e proprio servizio 24 ore su 24. Ma anche questa lacuna è stata colmata: da dicembre 2013, presso molte sedi in Svizzera, è possibile impostare, ritirare e restituire pacchi 24 ore su 24. La nuova offerta si chiama My Post 24 ed è già disponibile presso 18 sedi su tutto il territorio nazionale.

Più possibilità per i vostri clienti

In qualità di clienti commerciali potete offrire attivamente My Post 24 integrando l'opzione nel vostro shop online. I vostri clienti hanno bisogno solo di un login alla Posta e potranno fornirvi come indirizzo di destinazione le coordinate del distributore automatico desiderato. My Post 24 ha l'aspetto di un impianto caselle dotato di un terminale per l'operatore con schermo integrato. Quando il pacco è pronto per il ritiro, il destinatario riceve un'e-mail e/o un SMS. Per ritirare il proprio pacco, basta digitare sullo schermo nome utente e password. Quale modo più semplice per impostare o restituire un pacco? Basta digitare le informazioni, inserire il pacco, chiudere lo sportello e via! ■ Is

www.posta.ch/mypost24



Invio A non indirizzato

L'invio a larga diffusione più veloce della Svizzera

Informazione veloce e capillare: in veste di azienda o di autorità puntate con successo sull'invio A non indirizzato della Posta.

Impostazione fino alla chiusura degli sportelli presso ogni ufficio postale, recapito al vostro target il giorno successivo (da lunedì a venerdì): che vogliate spedire rapidamente un mailing commerciale o informazioni ufficiali: l'invio a larga diffusione più rapido della Svizzera porta puntualmente i vostri messaggi a destinazione. Se il

vostro invio ha carattere ufficiale, come nel caso di un'informazione sull'interruzione della corrente, esso sarà trasmesso a tutti i nuclei familiari e alle caselle postali dei clienti privati della regione

Recapito al vostro target il giorno successivo

di diffusione. Gli invii commerciali non vengono distribuiti nelle cassette delle lettere e nelle caselle postali di clienti privati provviste dell'adesivo

«Stop – niente pubblicità». Per appena 40 centesimi a esemplare, potete inviare mailing fino al formato B5 con uno spessore massimo di 5 millimetri e un peso massimo di 50 grammi. L'invio A non indirizzato è disponibile sia dietro pagamento in contanti che dietro fattura. ■ an

www.posta.ch/ini

Posta A Plus

Lettere importanti sempre sotto controllo

È arrivato l'upgrade per i vostri invii della posta A dai contenuti preziosi e importanti: la Posta A Plus consente di tracciare i propri invii dall'impostazione al recapito e garantisce la responsabilità della Posta per eventuali danni al contenuto o smarrimento degli invii.



Il vostro partner commerciale ha ricevuto la vostra offerta per tempo? Il vostro prezioso omaggio clienti è arrivato ovunque senza complicazioni? La Posta A Plus vi offre delle risposte immediate in tutta semplicità, assicurandovi il pieno controllo delle vostre lettere più importanti: grazie al tracciamento elettronico degli invii (Track & Trace), siete sempre aggiornati sullo stato degli invii, dall'impostazione fino al recapito nella cassetta delle lettere o nella casella postale. Potete controllare anche se la lettera è stata appena rispedita o rinviata. La conferma dell'impostazione e del recapito della Posta assicura la trasparenza delle operazioni.

Velocità, sicurezza e trasparenza

Gli invii della Posta A Plus viaggiano alla velocità della Posta A e vengono recapitati il giorno successivo all'impostazione, anche di sabato. In caso di smarrimento o di danneggiamento di un invio, la Posta risponde fino a un importo di 100 franchi. L'invio come Posta A Plus è ideale anche per titoli o oggetti di valore, entro i limiti posti dal servizio. I prezzi per la spedizione della Posta A Plus sono contenuti e trasparenti: esistono tre categorie di prezzo che variano in base al formato e al peso; la variante più conveniente è il formato B5 (fino a 250 grammi) e costa CHF 2.40.

Ora il trattamento è ancora più semplice

«Spedizione di lettere easy» ha reso il processo di spedizione più efficace anche per la Posta A Plus: la Posta fattura infatti i propri invii in base al codice a barre scansionato durante la lavorazione delle lettere. ■ an

www.posta.ch/posta-a-plus

Basta un clic per vederci chiaro: Posta A Plus.

Concentratevi sulla vostra idea commerciale. Al resto ci pensiamo noi

Raramente in Svizzera è stato così semplice costituire una propria azienda. Niente locali costosi, parchi veicoli propri né tanto meno magazzini. Tutto ciò che serve è un'idea brillante, uno shop online e un partner logistico valido. O volete forse rendere la vostra attuale attività pronta per l'e-commerce? Anche in questo caso, niente di più semplice.

Per la costituzione dell'impresa online, molti commercianti decidono di occuparsi di tutto in prima persona – dallo shop online al servizio clienti fino al magazzino. Tuttavia, le esigenze degli acquirenti online crescono continuamente e soddisfare le loro elevate aspettative senza l'aiuto di terzi diventa sempre più impegnativo. Molti non sanno che la Posta offre un'assistenza senza pari nel settore dell'e-commerce. Di seguito, un esempio indicativo dell'estensione di questo servizio e delle possibilità di esternalizzazione che offre.

Corde da salto che sembrano vendersi da sole

Grazie all'allenamento con la corda, Pietro Grosso ha migliorato enormemente la propria forma fisica. Il signor Grosso fiuta quindi una nuova tendenza e decide di distribuire corde da fitness attraverso un proprio shop online. Chiede consulenza alla Posta e sceglie un'offerta completa comprensiva di e-shop, assistenza clienti a marketing diretto. Richiede la fornitura delle prime 200 corde direttamente presso il centro logistico della Posta di Oftringen, dove gli articoli vengono depositati automaticamente nell'impianto di stoccaggio e di commissionamento che rientra nella soluzione logistica YellowCube. Per far conoscere il suo shop online ordina una campagna di marketing diretto con stampati indirizzati e misure di e-marketing attraverso i canali appropriati. Anche queste misure le pianifica in stretta collaborazione con la Posta.

Esternalizzare i processi logistici in modo affidabile

Il giorno stesso dell'inaugurazione del negozio, il signor Grosso rileva con soddisfazione la ricezione



E-commerce: la Posta offre soluzioni complete che soddisfano ogni esigenza.

del primo ordine. È giunto il momento della prova del nove – e può finalmente rilassarsi: l'ordinazione è giunta anche al centro logistico di Oftringen. Un robot preleva la corda ordinata dall'impianto di commissionamento e la trasporta alla stazione di imballaggio dove un collaboratore provvede a confezionarla, ad allegarvi un opuscolo e a preparare il pacco per la spedizione. Grazie al commissionamento rapido ed altamente automatizzato, i prodotti del signor Grosso giungono a destinazione il giorno successivo benché l'ordinazione sia effettuata nelle ore serali.

I primi successi – e la logistica cresce con loro

Nei mesi successivi è evidente che Pietro Grosso ha avuto l'intuizione giusta. L'allenamento con la corda è sempre più in voga e il signor Grosso si

rifornisce di svariate centinaia di corde nonché di accessori per il fitness. Grazie alla flessibilità del suo partner logistico, la necessità di maggiori volumi per l'immagazzinaggio è coperta senza problemi. Il signor Grosso può ora dedicarsi interamente alla gestione dei clienti attraverso il suo blog. Ad occuparsi del resto, inclusi gli invii di ritorno, ci pensa la Posta. L'esempio parla da sé: a beneficiare delle strutture logistiche flessibili e in linea con il mercato offerte da YellowCube sono soprattutto le ditte di vendita per corrispondenza di piccole e medie dimensioni. Queste ultime traggono vantaggio anche dai miglioramenti dell'efficienza che altrimenti resterebbero una prerogativa dei grandi operatori dotati di un'infrastruttura logistica speciale. ■ Is

www.posta.ch/e-commerce
www.posta.ch/yellowcube



A man in a dark suit, white shirt, and striped tie stands in the middle of a large, empty theater. He is leaning on the blue seats with both hands. The theater has rows of blue seats with yellow armrests. The lighting is bright, and the overall atmosphere is professional and focused.

«La carta è semplicemente più pregiata del canale online.»

Helmut Bachmann, responsabile Marketing e comunicazione, Lucerne Festival

Lucerne Festival

«Il nostro direct mailing ha avuto un ottimo riscontro.»

Il Festival di Lucerna è uno degli eventi di musica classica più rinomati al mondo. Ogni anno incanta oltre 130 000 amanti della musica. Per attirare nuovi ospiti, gli organizzatori hanno intrapreso nuove strade insieme alla Posta.

Anne-Sophie Mutter, la filarmonica di Vienna e di Berlino, Herbert von Karajan e innumerevoli altri maestri vi si sono esibiti. In poche settimane il Festival di Lucerna accoglie un numero di presenze di eccellenza che le altre grandi sale da concerto del mondo spesso ospitano in due anni. Helmut Bachmann, responsabile Marketing e comunicazione del Festival, vuole avvicinare a questo evento musicale di eccellenza un maggior numero di persone in Svizzera.

Signor Bachmann, quali sono i suoi eventi preferiti di questa stagione di concerti?

Helmut Bachmann (H.B.): È l'intero festival ad emozionarmi! Il susseguirsi di concerti sublimi è un evento unico al mondo.

Come riuscite a ingaggiare sempre i nomi più importanti per le esibizioni nella KKL di Lucerna?

H. B.: Dall'anno della sua fondazione, il 1938, la popolarità del nostro festival è cresciuta tra gli artisti in modo per così dire memorabile. I nostri ospiti amano la particolare atmosfera del lago e si sentono a proprio agio. Per non parlare della straordinaria acustica della sala per concerti del KKL di Lucerna, che gioca un ruolo fondamentale e riesce ogni volta a farci vivere momenti magici.

Momenti che vorrebbe regalare anche a nuove categorie di ospiti.

H. B.: Esatto. Non possiamo starcene fermi, vogliamo ampliare il nostro pubblico. Finora, per la pubblicità, abbiamo puntato soprattutto su manifesti e inserzioni, con le solite perdite di diffusione, talvolta molto elevate. Per questo cerchiamo nuove strade: vogliamo rivolgerci ai potenziali ospiti in modo mirato.

Quali aspetti ha affrontato con la Posta?

H. B.: La domanda fondamentale da porsi era: qual è il modo migliore per raggiungere i potenziali ospiti? Abbiamo capito subito che il canale postale, ovvero il direct mailing, rispecchiava al meglio il nostro carattere di eccellenza. La carta è semplicemente più pregiata del canale online. Abbiamo discusso con una consulente della Posta un progetto intelligente di direct mailing per l'acquisizione di nuovi spettatori. Grazie ai diversi sondaggi tra i visitatori e ai progetti di ricerca di mercato, conosciamo alla perfezione il profilo del nostro potenziale pubblico. Questo ci ha aiutati a formulare attraverso dati socio-demografici e Sinus Geo Milieus requisiti molto chiari per l'acquisizione di nuovi indirizzi. Sulla base di questi dati, la consulente della Posta ha quindi predisposto l'acquisto di circa 25 000 indirizzi. Per noi si è trattato di una novità, fino ad allora non avevamo mai acquistato indirizzi.

È soddisfatto dei risultati della sua campagna?

H. B.: Le reazioni al nostro direct mailing personalizzato sono positive. Abbiamo registrato un riscontro superiore al 6% – un valore molto buono. Ora si tratta di analizzare quali gruppi target hanno avuto una reazione positiva al direct mailing inferiore o superiore alla media e se hanno fatto delle ordinazioni. Questo ci aiuterà ad armonizzare ancor meglio le future attività di direct mailing alle esigenze dei nostri potenziali ospiti. Nel complesso è stata un'esperienza positiva. La pubblicità mirata ha un impatto maggiore rispetto alla comunicazione «a pioggia». La Posta ci ha fornito una consulenza molto competente in merito. ■ an

www.lucernefestival.ch

SuisseEMEX'14

Prospettive brillanti per i vostri mailing



SuisseEMEX'14

Marketing spüren – LiveCom erleben –
Online begreifen
26-28 agosto 2014
Messe Zürich (Zurigo Oerlikon)
www.suisse-emex.ch

Accomodatevi, alla SuisseEMEX'14 vi attendono dei veri e propri tesori.

Allo stand della Posta presso la fiera di settore del marketing SuisseEMEX'14 riceverete preziosi impulsi per un direct marketing vincente.

«La camera del tesoro del marketing diretto – l'attenzione vale oro»: è questo il motto della Posta e dei suoi partner espositivi esibito allo stand. Venite a scoprire perché mailing efficaci valgono più dell'oro. La Posta cercherà con voi nuove soluzioni per lettere pubblicitarie in grado di richiamare l'attenzione.

Check-up del mailing: il vostro mailing sotto la lente degli esperti

Portate il vostro direct mailing alla fiera. Con l'aiuto di strumenti professionali, gli specialisti del marketing diretto della Posta lo sottoporranno a un'analisi gratuita. Il loro feedback vi darà importanti informazioni su come rendere ancora più efficace la pubblicità diretta. Gli action point dello stand vi invitano inoltre a partecipare al grande concorso e a vincere oro puro. La Posta e i suoi partner hanno in serbo per voi ulteriori sorprese e informazioni interessanti. Visitate lo stand della Posta alla SuisseEMEX'14 (stand n. 3.100) e seguitemi su Twitter: www.twitter.com/postschweiz_b2b.

Con il codice «EMEX14Post» riceverete un biglietto omaggio sul sito www.suisse-emex.ch. ■ an

Ulteriori informazioni sullo stand della Posta e dei suoi partner alla pagina

www.post.ch/suisse-emex



Riduzione dei prezzi

Acquistare per corrispondenza e online è ancora più vantaggioso

Dal 1° aprile 2014 la Posta ha ridotto i prezzi degli invii di ritorno del commercio a distanza nonché la tassa di base per gli sdoganamenti all'importazione. Gli acquisti del commercio a distanza e online, effettuati in Svizzera e all'estero, diventano così ancora più allettanti.

Le abitudini di acquisto in internet sono in continua evoluzione. Sempre più spesso la merce viene ordinata per essere vista e toccata con mano,

Le riduzioni sono valide per tutti i canali di impostazione.

è il caso dei capi d'abbigliamento richiesti in diverse taglie. Gli articoli che non vanno bene, possono essere restituiti senza alcun problema. Dal 1° aprile potete offrire ai vostri clienti un invio di ritorno ancora più conveniente, poiché la Posta ha ridotto di CHF 1.50 i prezzi dei pacchi da ritirare agli operatori del commercio a distanza.

Pacchi di ritorno con etichetta 99.01

La riduzione sarà applicata a tutti i pacchi provvisti di un'etichetta prestampata con il codice a barre dell'invio che inizia con le cifre 99.01. Potete inviare questa etichetta al vostro cliente direttamente con l'ordinazione. La riduzione dei prezzi è valida per tutti i canali, ovvero per l'impostazione con pick@home, presso lo sportello automatico per i pacchi My Post 24, presso gli uffici o le agenzie postali.

Riduzione della tassa di sdoganamento per l'importazione di invii

Oltre al prezzo per i pacchi da ritirare nel commercio a distanza, sarà ridotta di CHF 0.50 anche la tassa di base per lo sdoganamento degli invii all'importazione. Questa tassa viene applicata a ogni invio ordinato dall'estero.

La Posta ha negoziato entrambe le riduzioni con il Sorvegliante dei prezzi. ■ Is

«Posso spedire fuochi d'artificio e fiammiferi con la Posta?»

I fuochi d'artificio rientrano tra i materiali esplosivi e non possono essere trasportati con la Posta. I fiammiferi, invece, sono «sostanze solide infiammabili» e possono essere spediti con un pacco, seppur in quantità limitata. La Posta trasporta quotidianamente centinaia di migliaia di invii, tra cui anche pacchi dal contenuto pericoloso. Sul nostro sito web potete consultare le relative disposizioni e possibilità.

www.posta.ch/mercipericolose

«Dove si trova il pacco con i pezzi di ricambio per il mio cliente?»

Per una consultazione rapida:

- www.posta.ch/tracciamentodegliinvii → inserendo il numero d'invio
- se siete fuori casa, dal vostro smartphone tramite la Post-App: → tracciamento degli invii → inserire il numero d'invio

Mailing-Guide

Il vostro tool online per mailing vincenti

Investite al meglio il vostro budget pubblicitario: con il Mailing-Guide riceverete un progetto mailing completo in sole nove fasi.

Da ora in poi, non dimenticherete più nulla nel pianificare mailing. Con il tool online gratuito della Posta potete creare un nuovo progetto in tutta semplicità. Clic dopo clic, con il Mailing-Guide elaborerete in poche semplici fasi un progetto professionale che salverete, inoltrerete agli interessati per l'elaborazione successiva o utilizzerete come base per il vostro prossimo lavoro. Il progetto fungerà inoltre da base ideale per briefing a partner esterni.

Consigli, trucchi e know how consolidato

Durante l'elaborazione del vostro progetto, il Mailing-Guide vi fornisce utili informazioni di contesto. Per ogni fase potete richiamare suggerimenti, consigli utili ed esempi pratici e liste di controllo. E se volete semplicemente sfidare la fortuna: partecipate all'estrazione e potrete vincere il nuovo MacBook Pro! ■ an

www.posta.ch/mailling-guide



Gli impianti a biogas: energia pulita per le famiglie cambogiane.



pro clima

Progetto di tutela del clima in Cambogia e iniziativa ONU

Per spedire un invio a impatto climatico zero, occorre inviare con «pro clima». La Posta investe i contributi in progetti certificati di tutela del clima in Svizzera e all'estero e ora anche in Cambogia. Partecipando all'iniziativa dell'ONU a favore della società e dell'ambiente, la Posta rafforza il suo impegno sociale.

Le attività di spartizione e di trasporto di lettere, pacchi e merci consumano energia e generano emissioni di CO₂. Con l'invio postale neutrale «pro clima», i clienti della Posta possono compensare le emissioni con un piccolo supplemento. A febbraio, i collaboratori e i clienti commerciali della Posta hanno selezionato un nuovo progetto di tutela del clima in cui investire i contributi: una parte dei supplementi «pro clima» confluirà in futuro in un progetto Gold Standard in Cambogia, che consentirà ai nuclei familiari di costruire piccoli impianti a biogas, con cui le famiglie potranno ottenere un combustibile più pulito per cucinare e gas per illuminare. Grazie all'assenza di fumi nocivi nelle cucine, si ridurranno anche i problemi di salute.

Questi impianti forniscono inoltre liquame fertilizzante utilizzabile in agricoltura. Grazie all'utilizzo di biogas, questo progetto permetterà di raggiungere un risparmio annuo di circa 95 000 tonnellate di emissioni di CO₂.

I supplementi «pro clima» continueranno a confluire anche nel progetto svizzero per la tutela del clima «Elettricità ecologica direttamente dalle fattorie grazie a impianti a biogas».



Elettricità ecologica dalle fattorie svizzere.

Impegno sociale internazionale

Al fine di rafforzare il proprio impegno sociale, all'inizio di marzo la Posta ha aderito al program-

ma United Nations Global Compact. L'iniziativa internazionale dell'ONU ha l'obiettivo di promuovere lo sviluppo sostenibile e la responsabilità sociale nelle imprese. La Posta si impegna a rispettare i dieci principi universalmente riconosciuti nei settori relativi ai diritti umani, alle norme sul lavoro, alla tutela ambientale e alla lotta contro la corruzione.

Da molti anni, la Posta persegue una strategia di tutela del clima con cui, in primo luogo, riduce la produzione di CO₂, in secondo luogo punta sull'incentivazione delle energie rinnovabili e, infine, compensa le emissioni di CO₂ prodotte. La Posta attua questa strategia grazie a numerose misure come gli scooter elettrici, i motori ibridi e alimentati a biogas, il 100% di elettricità ricavata da energie rinnovabili svizzere, la produzione di elettricità solare sui tetti della Posta e l'ottimizzazione degli edifici. ■ ma

Per ulteriori informazioni e per l'iscrizione alla spedizione «pro clima» consultare:

www.posta.ch/clima-neutrali

Il traguardo dei vostri pacchi

La Posta recapita i vostri pacchi con la massima precisione e flessibilità. Non dovete fare altro che applicare l'istruzione di recapito sul vostro invio e noi lo recapiteremo esattamente nel luogo e nel momento indicati.

È tardo pomeriggio nell'Altopiano. All'interno di un vagone ferroviario postale giallo, un paio di migliaia di pacchi stanno viaggiando verso ovest. Per ingannare il tempo fino all'arrivo, giocano a «scopri l'adesivo». «Ehi, ma tu sei una celebrità – hai un adesivo «Avvisare telefonicamente del recapito!»», chiede a gran voce un pacco quadrato a un collega bislungo. «Certo», risponde questo, «del resto la mia destinataria sta aspettando con ansia un paio di elegantissimi stivali nuovi. E tu cosa porti? Ah, un «Recapitare direttamente al piano». Ho come l'impressione che tu sia un bel comodone.» «Ci puoi contare, il mio mittente vizia i suoi clienti!», afferma orgoglioso il pacco quadrato.

Un servizio impeccabile per i vostri clienti

Istruzioni di recapito precise vi contraddistinguono come aziende attente ai propri clienti. Per soddisfare le loro esigenze e i loro desideri avete a disposizione un totale di quattordici diverse varianti (vedi box informativo).

Potete indicare un luogo a scelta, come la cantina per le consegne di vino. Oppure decidere la data, per esempio un compleanno, o ancora definire le condizioni per il recapito: con la consegna di un apparecchio sostitutivo il fattorino dei pacchi deve portare con sé quello guasto e inviarlo all'officina. Naturalmente, con il tracciamento elettronico degli invii (Track & Trace) sarete sempre aggiornati sull'ubicazione del vostro pacco.

Applicare l'adesivo e impostare

Per poter visualizzare un'istruzione di recapito, non dovete fare altro che applicare l'adesivo corrispondente sul pacco. Potete crearlo con l'aiuto del vostro consulente clienti presso la Posta oppure online su My Post Business. Ma potete anche allestire autonomamente la vostra istruzione di recapito e integrarla nell'etichetta-indirizzo. Per scoprire come funziona, vi invitiamo a consultare le istruzioni «Codice a barre per clienti commerciali» o a rivolgervi al vostro consulente clienti, che sarà a vostra completa disposizione ■ an



Ricezione di pacchi à la carte con l'istruzione di recapito.

Istruzione di recapito versatile, precisa e orientata alla clientela

- Recapitare l'invio al destinatario direttamente al suo piano
- Non lasciare nella cassetta di deposito; recapitare o avvisare
- Avvisare telefonicamente del recapito
- Depositare nella cassetta di deposito o davanti alla porta
- Recapitare il contenuto; riprendere il box
- Recapito infruttuoso: rinviare il giorno stesso come Priority
- Data della consegna; recapitare il ...
- Recapitare quando tutti gli invii sono in loco
- Depositare l'invio
- Osservare le informazioni nella busta per documenti
- Mostrare l'invio; depositare in cantina
- Prelevare dallo scomparto di deposito la merce prelevata
- Sostituzione/ripresa
- Nessun recapito nello scomparto di deposito o al vicino; nessun deposito

**OFFERTA
PER
I LETTORI**

Eco PostPac

Come vincere 200 pacchi ecologici!

Con Eco PostPac una bella figura è assicurata. Diversamente dai «fratelli gialli» – gli altri modelli PostPac – questo pacco attraverso un processo di produzione più ecologico.

Fate una scelta di qualità: rinunciate al colore. I pacchi ecologici contengono una maggiore quantità di materiali riciclabili e meno coloranti rispetto ai «normali» PostPac. Inviando documenti o merci con un Eco PostPac, marrone e bianco, manifesterete il vostro rispetto per l'ambiente utilizzando risorse naturali. I destinatari lo apprezzeranno di sicuro.

Pratico, sicuro e multiuso

Grazie ai bordi laterali sporgenti, l'Eco PostPac protegge al meglio il contenuto dei vostri invii. La pratica chiusura a scatto frontale offre un'ulteriore protezione e il nastro

adesivo integrato consente di fissare il pacco in modo semplice e veloce. E non è tutto: i destinatari dei vostri contenitori ecologici per la spedizione potranno riutilizzarli, migliorando ulteriormente il bilancio energetico del pacco.

Partecipate, in palio ci sono 200 Eco PostPac!

Tra i nostri lettori e le nostre lettrici saranno estratti a sorte tre premi da 200 Eco PostPac per un valore di 480 franchi ciascuno. Partecipate al concorso e conquisterete la simpatia dei vostri clienti e partner!

Ecco come funziona

Compilate la cartolina-risposta e rispeditela entro il 31 luglio 2014. I vincitori saranno informati per iscritto. Non si terrà alcuna corrispondenza in merito al concorso. È escluso il ricorso alle vie legali. ■ an

Eco PostPac – scheda informativa

Dimensioni interne:	31,5 × 22,5 × 12,5 cm (ideale per documenti voluminosi A4, libri, abiti, ecc.)
Dimensioni esterne:	35,5 × 24,5 × 13,0 cm (può essere collocato nella cassetta di deposito)
Peso a vuoto:	208 g
Prezzo:	CHF 2.40 (singolo; 10% di sconto per ogni unità da dieci)
Acquisto:	tramite postshop.ch o presso il proprio ufficio postale

