

DAS MAGAZIN FÜR UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

# INFO POST

JULI 2015

Frankierlösungen

Effiziente Angebote für  
jedes Versandvolumen

Seite 3

YellowCube

Babymüller.ch setzt bei  
der Logistik auf Tempo  
und Roboter

Seite 6

**DIE POST** 

*Gelb bewegt.*

Empfehlungskarte

# Kunden gewinnen leicht gemacht

**Begeisterte Kundinnen und Kunden sind die besten Botschafter für Ihr Unternehmen. Mit Empfehlungskarten stellen Sie ihnen ein einfaches Werkzeug zur Verfügung, um ihre Zufriedenheit mit Freunden und Bekannten zu teilen.**

Mit der Empfehlungskarte der Post verknüpfen Sie die Vorteile der Mund-zu-Mund-Propaganda mit dem Komfort einer vorfrankierten Postkarte. Die gedruckte Empfehlungskarte ermöglicht es Ihren Kundinnen und Kunden, positive Erlebnisse zu teilen und ganz nebenbei für Ihr Unternehmen die Werbetrommel zu rühren.

## Nutzen Sie die Zufriedenheit Ihrer Kunden

Ob Sie sie in Ihrem Ladengeschäft auflegen, einem Mailing oder einer Zeitschrift beilegen: Empfehlungskarten bieten vielfältige Einsatzmöglichkeiten und werden von Kunden gerne genutzt. Versehen mit einer individuellen

Grussbotschaft des Absenders, wirkt die Karte persönlicher als jede andere Werbesendung und erzielt eine hohe Aufmerksamkeit: Postkarten mit handschriftlicher Adresse und einer persönlichen Botschaft bieten praktisch eine Lesegarantie. Zusätzlich verstärken lässt sich der Erfolg zum Beispiel mit einem Willkommensrabatt, einem Warengutschein oder einem Gratintritt für die Empfängerinnen und Empfänger.

## Sie bezahlen nur, was verschickt wird

Die Empfehlungskarte ist ein höchst ökonomisches Werbemittel: Unabhängig davon, wie viele Empfehlungskarten Sie produzieren, Sie bezahlen nur Portokosten für die tatsächlich verschickten Empfehlungen – ein aufgedruckter Datamatrixcode (Letter ID) sorgt für eine unverwechselbare Identifizierung jeder einzelnen Empfehlungskarte. ■ Is

[www.post.ch/empfehlungskarte](http://www.post.ch/empfehlungskarte)

## Empfehlungskarte wird zum Gratintritt

Das Grand Casino Bern arbeitet seit Mai 2014 mit Empfehlungskarten der Post – und diese werden rege genutzt: Über ein Viertel der gedruckten Auflage wurde bereits verschickt. Sendet ein Gast die Empfehlungskarte an eine Person im Bekannten- oder Freundeskreis, so wird die Karte zum Gutschein. Die Empfängerin oder der Empfänger kann die Karte gegen einen Gratintritt ins Grand Casino Bern eintauschen.

## Mit Empfehlungskarten neue Kunden gewonnen

Das Verkaufspersonal der Metzgerei Lüthi & Portmann Fleischwaren AG übergibt allen Kunden beim Bezahlen eine Empfehlungskarte, die gleichzeitig ein 10-Franken-Gutschein ist. Die Karte kann kostenlos an Freunde und Bekannte verschickt werden und bietet Platz für eine persönliche Grussbotschaft. Die grosszügige Geste kommt sehr gut an: Von 3000 produzierten Karten wurden bisher mehr als 685 verschickt und über 60 Prozent der verschickten Gutscheine eingelöst.



Fast die Hälfte der verschickten Karten wurden eingelöst – knapp ein Viertel von Neukunden.

Inkl. 10-Franken-Gutschein: Empfehlungskarte der Metzgerei Lüthi & Portmann.



## Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Wankdorffallee 4, 3030 Bern | [infopost@post.ch](mailto:infopost@post.ch), [www.post.ch/infopost](http://www.post.ch/infopost)

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

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

[kommapr.ch](http://kommapr.ch): Rolf Marti (rm) | Druck: Stämpfli AG, Bern | Adressänderungen: [infopost@post.ch](mailto:infopost@post.ch)

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



MIX  
Papier aus verantwortungsvollen Quellen  
FSC® C005019

# Schnell und effizient – die Frankierlösungen der Post

**Die Post bietet ihren Kundinnen und Kunden eine Vielzahl von Frankiermöglichkeiten und hilft ihnen, den Postversand so rationell wie möglich zu gestalten.**

Ob Briefe, Mailings, Prospekte oder Kataloge: Der Postversand ist ein wichtiges Marketinginstrument und stellt eine qualitativ hochwertige Kontaktmöglichkeit dar. Die Post bietet verschie-

dene Frankierlösungen für unterschiedliche Versandvolumen und Bedürfnisse.

**Komfortabel, zeitsparend und frei gestaltbar**

Fragt man die für den Versand verantwortlichen Mitarbeitenden, herrscht Einigkeit: Frankierlösungen müssen komfortabel und zeitsparend sein. Ökonomische Überlegungen stehen somit klar im Vordergrund. Aber auch Marketing-

aspekte spielen mit, denn die Frankierung kann ein Teil der Werbebotschaft sein. Mit WebStamp oder der PP-Frankierung bieten sich auf diesem Gebiet interessante Gestaltungsmöglichkeiten. Die nachfolgende Übersicht präsentiert Ihnen die sechs Frankierlösungen der Post. ■ Is

[www.post.ch/frankieren](http://www.post.ch/frankieren)

## Die Frankierlösungen der Post

### PP-Frankierung

**Einfache und effiziente Frankierlösung für den Massenversand**

Die richtige Wahl für Massensendungen der gleichen Gattung bzw. Formatstufe. Die Postaufgabe erfolgt mit einem Aufgabeverzeichnis/Lieferschein. Aufgegeben werden die Sendungen in einer Poststelle, am Geschäftskundenschalter oder direkt im Briefzentrum.

### Intelligentes Frankiersystem

**Zeitsparende Frankierung von Tagespost und Massensendungen in Eigenregie**

Wird Geschäftspost im Unternehmen zentral für den Versand vorbereitet und fällt sie in kleineren oder auch grösseren Mengen an, eignet sich ein intelligentes Frankiersystem. Die maschinell frankierten Sendungen können in jeder Poststelle aufgegeben oder in einen Briefeinwurf eingeworfen werden.

### Dienstleistung Frankieren Post

**Umfassende Outsourcingslösung für das Frankieren der Tagespost**

Die Post kümmert sich um das gesamte Sendungsvolumen von Unternehmen, die ihre Post nicht mehr täglich selber frankieren wollen. Sendungen werden durch die Unternehmen in vorab bestimmte Poststellen, Brief- oder Logistikzentren geliefert. Auf Wunsch holt die Post die Sendungen auch ab.

### WebStamp

**Individuell gestaltbare Briefmarken mit Logo, Bild oder Werbebotschaft**

Originelle Frankaturen mit eigenem Bild ermöglicht die Onlinelösung WebStamp. Geeignet ist sie vor allem für kleinere Sendungsvolumen. Die Sendungen können in jeder Poststelle aufgegeben oder in einen Briefeinwurf eingeworfen werden.

### Letter ID

**Briefe und Mailings stets unter Kontrolle**

Mit Letter ID erhalten PP-frankierte Sendungen einen Datamatrix-Code mit Informationen zum Absender und zum Auftrag sowie einer Identifikationsnummer. Letter ID macht jede einzelne Sendung klar identifizierbar.

### Briefversand easy

**Kostenlose Dienstleistung für die einfache Aufgabe von Briefen mit Barcode**

Mit Briefversand easy wird das Versenden von Einschreiben im Inland, A-Post-Plus-Sendungen, Gerichtsurkunden, Betreuungsurkunden und Dispost-mails noch einfacher. Einfach die Barcodes mit der Briefversand-easy-Frankierlizenznummer auf den Briefen anbringen, die Barcodeliste im Doppel erstellen und schon ist die Sendung versandbereit. Verrechnet wird die Leistung anhand des Barcodes, der während der Briefverarbeitung gelesen wird.



## PP-Frankierung benötigt Post-Logo

Empfängerkunden sollen klar erkennen können, wer die Überbringerin einer Sendung ist. Aus diesem Grund ist neu bei allen Frankaturen das Post-Logo oder der Text «Post CH AG» anzubringen. Bei den meisten Frankierlösungen hat die Post das Logo bereits selbst integriert. Nur bei der PP-Frankierung ist Ihre Mithilfe nötig: Die Post bittet Sie als Absender, die neuen Vorgaben zu berücksichtigen. Im Internet finden Sie Gestaltungsrichtlinien, und die Spezialisten der regionalen «Gut-zum-Druck»-Stellen stehen Ihnen gerne zur Seite. Restbestände an Kuverts und Etiketten können Sie selbstverständlich aufbrauchen. Ab dem 1.1.2016 werden die PP-frankierten Sendungen ohne Kennzeichnung kostenpflichtig durch die Post nachgestempelt. ■ Is

[www.post.ch/frankieren](http://www.post.ch/frankieren)  
[www.post.ch/gut-zum-druck](http://www.post.ch/gut-zum-druck)

Services für Pakete

# Wenn allen alles etwas leichter fällt

**Sowohl Versender wie auch Empfänger von Paketen profitieren von attraktiven Services der Post: die cleveren Instrumente fürs bequeme Pakethandling im Überblick.**

virtuelle Einkaufsparadies; oder wir besorgen uns mit dem Smartphone das eine oder andere von unterwegs – ganz unabhängig von Ladenöffnungszeiten. Schliesslich funktioniert der Bestellbutton rund um die Uhr.

und bequem geliefert bekommt bzw. bei Bedarf retournieren kann. Mit verschiedenen Services sorgt die Post dafür, dass dem so ist. Insgesamt bilden sie ein veritables Komfortpaket für die Empfänger.

Praktisch und bequem: So soll Onlineshopping sein. Auf dem Sofa liegend surfen wir durch das

Doch wirklich Spass macht Onlineshopping nur, wenn man das Bestellte auch genauso praktisch



## Komfort für den Empfänger

**Abendzustellung:** Berufstätige sind tagsüber selten zu Hause und daher froh, wenn ihre Pakete abends ausgeliefert werden. Die Post stellt deshalb auch zwischen 17 und 20 Uhr Pakete zu, von Montag bis Freitag, Feiertage ausgenommen.

**Samstagszustellung:** Die Samstagzustellung freut all jene, die noch dringend ein Extra fürs Wochenende benötigen. Die Post stellt am Samstag PostPac PRIORITY-, Sperrgut PRIORITY- und Vino-Log-Sendungen zu. Die Auslieferung erfolgt unabhängig vom Aufgabetag am darauf folgenden Samstag.

**PickPost:** Eine andere Zustellmöglichkeit sind die über 700 Pick-Post-Stellen, an denen die Empfänger ihre Pakete abholen können. Pick-Post-Stellen gibt es an Bahnhöfen, Tankstellen und Poststellen – also dort, wo sich viele Wege kreuzen. Pakete lassen sich so bequem auf dem Weg zur Arbeit oder auf dem Heimweg «picken».

**My Post 24:** Noch mehr Flexibilität bieten die My Post 24-Automaten. Rund um die Uhr können Pakete abgeholt oder aufgegeben werden – sieben Tage die Woche. Nahezu 40 Automaten sind bereits in Betrieb. Mittelfristig strebt die Post ein flächendeckendes Automatennetz an.

**pick@home:** Wer online einkauft, hat zuweilen eine Retoursendung. Frei nach dem Motto «praktisch und bequem» holt die Post diese Sendungen auf Wunsch an der Haus- oder Bürotür ab.

## Services integrieren

Innovative Webshops bieten dieses Komfortpaket ihren Kunden an und sichern sich damit einen Wettbewerbsvorteil. Die Services PickPost und My Post 24 sind Gratisdienstleistungen und können direkt in das Kundensystem des Onlinehändlers integriert werden. Je nach Integrationsgrad wird der Barcode automatisch generiert und kann als Etikette ausgedruckt oder in die

Lieferdokumente eingebunden werden. Die Sendungsdaten werden der Post automatisch übermittelt. Eine virtuelle Landkarte zeigt den Bestellern, an welchen Standorten die beiden Dienstleistungen angeboten werden. Auf Wunsch wird den Kunden per E-Mail oder SMS der Zeitpunkt der Auslieferung avisiert.

Auch pick@home kann in das Kundensystem integriert werden – was dem Kunden mehr

Komfort bei der Rücksendung bietet und den Onlinehändler schneller wieder in den Besitz seiner Ware bringt. Dabei entscheidet der Anbieter, ob er das Porto übernehmen oder seinem Kunden belasten will.

So oder so: Mit den Services der Post fällt allen alles etwas leichter. ■ rm

[www.post.ch/paketwelt](http://www.post.ch/paketwelt)

# Direkter zu Ihren bevorzugten Onlinediensten

**Die Post zeigt neue Seiten: Sie hat ihren Webauftritt rundum neu gestaltet. Dank des einheitlichen Logins und des direkten Zugriffs auf Ihre meistgenutzten Dienste erledigen Sie Ihre Postgeschäfte noch schneller und bequemer.**

Bisher haben Geschäfts- und Privatkunden über verschiedene Logins auf die Onlinedienste der Post zugegriffen. Damit ist nun Schluss: Ab sofort finden sämtliche Kunden mit einem einheitlichen Login den Weg in das neue Kundencenter.

## **Effizient arbeiten im Kundencenter**

Im Kundencenter haben Sie die Übersicht über alle Onlinedienste der Post. Wählen Sie dafür einfach den Menüpunkt «Alle Onlinedienste». Möchten Sie ohne Umweg zu Ihren meistgenutzten Diensten finden? Kein Problem: Spei-

chern Sie diese in Ihrer Favoritenliste und greifen Sie blitzschnell darauf zu. Übrigens können Sie Ihren Favoriten auch ausgewählte Dokumente und Webseiten hinzufügen. Damit haben Sie alles zur Hand, was Sie für ein effizientes und vernetztes Arbeiten benötigen.

## **Automatisch die richtige Umgebung fürs richtige Profil**

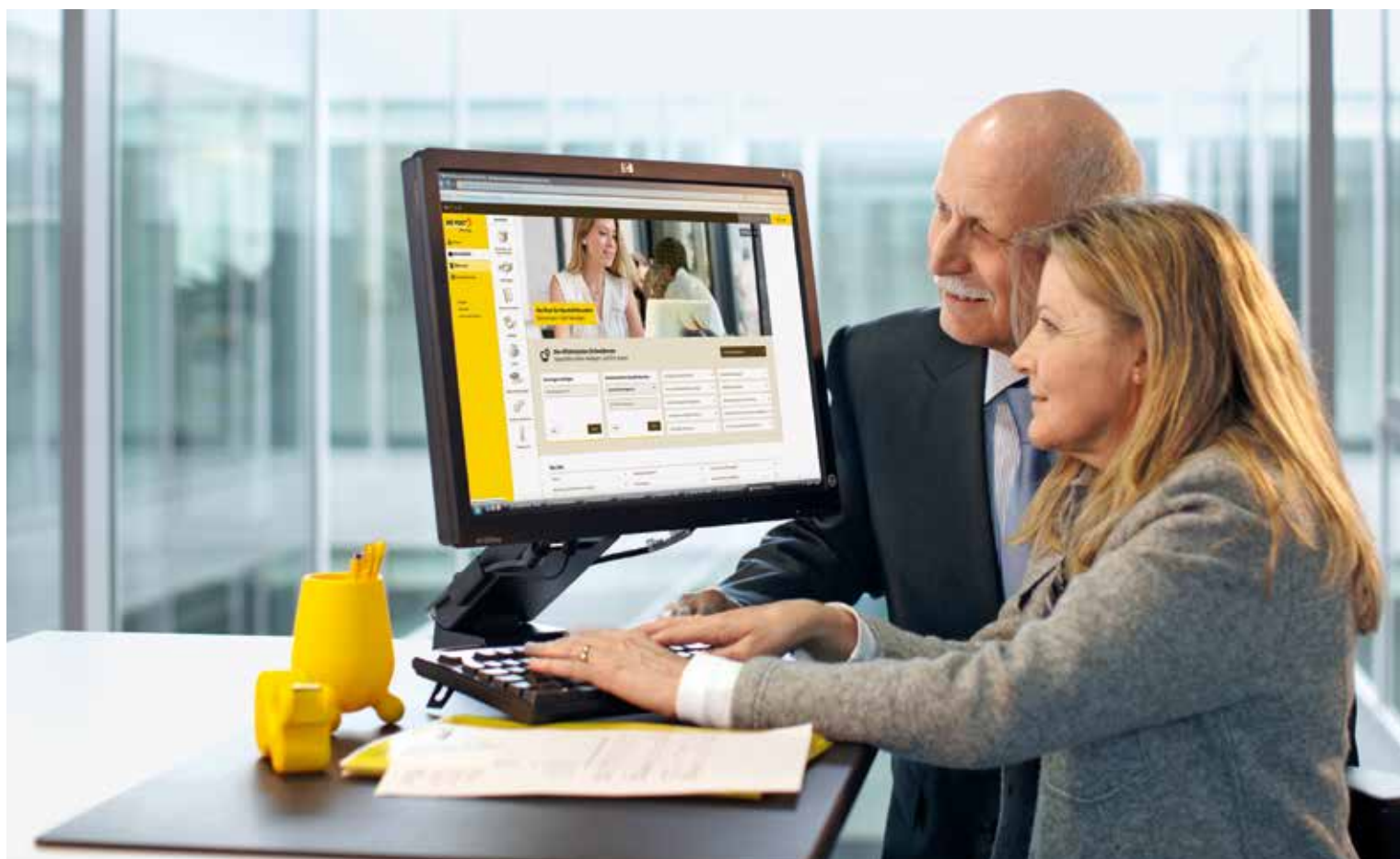
Mit dem Benutzerprofil verwalten Sie wie bisher Ihre Zugangsdaten zu den Onlinediensten und Webservices. Teilen Sie Ihren Mitarbeitenden die passende Rolle zu – etwa als Administrator, Mitarbeiter oder Dienstleister. Je nachdem, mit welchem dieser Profile sie sich einloggen, wechselt automatisch die Profilumgebung. Entdecken Sie die neuen Seiten der Post noch heute! ■ an

[www.post.ch](http://www.post.ch)

## Bewährtes bleibt gleich

Die Post macht Ihnen den Umstieg auf die neue Website leicht. Viele bewährte Funktionen und Prozesse ändern sich nicht:

- Funktionen aus My Post Business sind weiterhin zugänglich. Neu heissen sie Onlinedienste.
- Ihre eingerichteten Berechtigungen für Funktionen sind weiterhin vorhanden.
- Rechnungsstellung wie bisher.
- Separate Kontaktstelle für Administratoren bleibt bestehen.



Geschäfte am Schreibtisch erledigen und Zeit sparen mit den Onlinediensten der Post.



«YellowCube ist die Basis für unser weiteres Wachstum.»

Christian Broglie, Firmengründer Babymüller.ch

Babymüller.ch

## Die Post hilft Babymüller.ch beim Grosswerden

**Babymüller.ch ist der führende rein schweizerische Onlineanbieter von Verbrauchsgütern und Zubehör für die Kleinsten und deren Eltern. Mit YellowCube – der effizienten Full-Service-Logistiklösung der Post – reduziert das Unternehmen die Komplexität der Logistik und hat die Kosten voll im Griff.**

Mehr als 10 000 Artikel bietet das Onlinesortiment von Babymüller.ch: vom Stehauf-Spielzeugbiber über Pampers in jeder Grösse bis hin zu Nuggis, Schoppen und Babynahrung. Der Onlineshop beliefert die ganze Schweiz per Post innerhalb von drei bis vier Arbeitstagen. In vielen Fällen geht es sogar noch schneller und eine Lieferung am nächsten Tag ist möglich. Die komplexe Logistik der «Schnelldreher»-Produkte hat Babymüller.ch an die Post ausgelagert. Christian Broglie, der Firmengründer, erläutert die Vorteile dieses Schritts.

### **Herr Broglie, Babymüller.ch ist im Herbst 2011 geboren worden. Spüren Sie Wachstumsschmerzen?**

C.B.: Aber sicher! Wir entwickeln uns so schnell, dass wir die Logistik in Eigenregie nicht mehr effizient betreiben können. Deshalb haben wir uns entschieden, die schnell drehenden Artikel an die Post auszulagern.

### **Mit welchem Angebot hat die Post Sie überzeugt?**

C.B.: In einem Onlineshop fallen neben den Ausgaben für das Marketing die Logistikkosten am meisten ins Gewicht. Wenn wir fixe Lager- und Personalkosten einsparen, sind wir zweifellos besser aufgestellt in einem kompetitiven Markt. Zudem können wir uns mit einer Top-Logistiklösung von Mitbewerbern abheben. Mit YellowCube hat die Post uns ein Angebot

präsentiert, das beiden Kriterien – Kosten und Qualität – gerecht wird.

### **Was alles leistet YellowCube?**

C.B.: Die Post nimmt uns damit einen Grossteil der Logistik ab: die Lagerung und die Kommissionierung der Produkte, das Packen der Pakete und den Versand. Dank der hohen Automatisierung – beispielsweise sind Roboter im Einsatz, welche die Waren im Lager holen – sind die Logistikprozesse besonders schnell. Dieses hohe Tempo ist ein wichtiger Erfolgsfaktor im Onlinehandel: Unsere Kundinnen und Kunden wollen die bestellten Artikel möglichst rasch erhalten.

### **Wie haben Sie die Umstellung auf die ausgelagerte Lösung erlebt?**

C.B.: Sehr positiv. Der Zeitplan wurde eingehalten, was für komplexe IT- und Logistikprozesse nicht selbstverständlich ist.

### **Worin liegt der Hauptnutzen von YellowCube in Ihrem Alltag?**

C.B.: In einem Satz gesagt: Wir könnten ohne YellowCube die Mengen gar nicht bewältigen – und sicher nicht zu diesen Kosten.

### **Was zeigt der Blick in die Zukunft?**

C.B.: Wir wollen weiterhin erfolgreich und effizient im Werkplatz Schweiz wachsen. YellowCube ist die Basis dafür. ■ an

[www.babymüller.ch](http://www.babymüller.ch)  
[www.post.ch/yellowcube](http://www.post.ch/yellowcube)

## Leserangebot: CHF 10.– Rabatt bei Babymüller.ch

Testen Sie das bequeme Einkaufen per Post: Einfach bei der Bestellung auf [www.babymüller.ch](http://www.babymüller.ch) den Code Yellowcube15 eingeben, und Sie erhalten einen Preisnachlass von 10 Franken. Gültig bis 30. August 2015.



Chancengleichheit für Schweizer Unternehmen dank der EU-Verzollung der Post.

Verzollung

## Exportieren ohne Stress am Zoll

**Das Verzollen von Waren beim Exportieren gilt in vielen Schweizer Unternehmen als notwendiges Übel. Die Post entlastet Sie mit umfassenden Dienstleistungen.**

Ganz egal, welche Waren Sie ins Ausland liefern wollen – ob ganze Wagenladungen, Paletten, Pakete oder Kuriersendungen: Die Post kümmert sich professionell um deren korrekte Verzollung.

### Schweizer KMU gleichgestellt mit EU-Firmen

Ohne eine Niederlassung in der EU eröffnen zu müssen, haben Schweizer KMU beim Export in europäische Länder gleich lange Spiesse wie ihre europäischen Mitbewerber. Dafür sorgt die EU-Verzollung der Post – sie bietet unter anderem eine Fiskal-

vertretung in der EU. Dank des grossen Know-hows der Post profitieren Sie darüber hinaus von kurzen Laufzeiten und minimaler Administration.

### Dort verzollen, wo Sie es wünschen

Bei der Speditionsverzollung bestimmen Sie selbst, wo Ihre Waren verzollt werden: in einem Logistikzentrum der Post oder an einem anderen Ort Ihrer Wahl. Sie ersparen sich damit Warteschlangen an der Grenze und unnötigen Warenumschlag. ■ an

[www.post.ch/verzollung](http://www.post.ch/verzollung)

### Deutschland: Die papiergestützte Sammelverzollung wird aufgehoben

Ab 1. November 2015 akzeptiert der deutsche Zoll bei der Wareneinfuhr keine papiergestützte Empfängerlisten mehr. Die entsprechenden Daten müssen in elektronischer Form übermittelt werden.

### Die Post baut ihre Verzollungskompetenz aus

Per 1. Januar 2015 hat die Post die beiden Verzollungsspezialisten Tele-Trans AG und Tele-Trans SA übernommen. Damit verfügt sie über zusätzliches Länder-Know-how für Deutschland, Belgien, Frankreich und die Niederlande sowie eine erweiterte Basis für Grenzübertritte in Basel nach Deutschland und Frankreich.

Kleinwarensendungen

## Grenzenloser E-Commerce für Schweizer Anbieter

**Die Post unterstützt ihre Kunden beim Export von Kleinwaren mit intelligenten Lösungen aus einer Hand.**

Der Onlinehandel boomt – dank günstiger Rahmenbedingungen ist die Schweiz ein sehr attraktiver Standort für die Anbieter von Schuhen, Büchern, CDs und weiteren Kleinwaren mit bis zu zwei Kilogramm Gewicht. Beim Versand ins Ausland können Webshop-Betreiber auf effiziente Transport- und Verzollungslösungen der Post zählen.

### Kompetente Beratung wird mitgeliefert

Möchten Schweizer Händler im Ausland als lokale Anbieter wahrgenommen werden, bietet die Post mit der Ziellandfrankierung «Local Look» die passende Lösung. Auch bei Fragen zu Mehrwertsteuer, Verzollung, Retourenmanagement und Lagerhaltung beraten die Exportlogistik-Spezialisten der Post kompetent und zielführend. ■ an

[www.post.ch/distance-selling-international](http://www.post.ch/distance-selling-international)



Export von Kleinwaren leicht gemacht: Die Post bietet effiziente Lösungen.



# Die Post bringt und installiert



Fachgerecht installiert – auf Wunsch inklusive Instruktion.

**Die Post stellt sperrige Waren aller Art zu – und installiert sie auch gleich bei Ihren Kunden. Mit dem Aufstellservice verschaffen Sie sich insbesondere im Onlinehandel einen gewichtigen Wettbewerbsvorteil.**

Ob Hometrainer, Möbelstücke oder Gefrierschrank: Wenn die Spezialisten der Post diese Geräte zu- und aufstellen, sind auch die Empfänger aufgestellt. Denn ohne Aufwand betreiben zu müssen, können sie diese sofort in Betrieb nehmen. Mehr noch: Die Post entsorgt auf Wunsch im selben Arbeitsschritt das Verpackungsmaterial und die alten Geräte oder erklärt Ihren Kunden die Funktionen ihrer Anschaffung. Dieser attraktive Komplettservice kann den Kaufentscheid bei Kunden von Onlineanbietern erheblich beeinflussen und als starkes Marketinginstrument eingesetzt werden.

### Installationen einfach per Klick buchen

Der Aufstellservice bietet nicht nur Ihren Kunden, sondern auch Ihnen als Anbieter viel Komfort. Sie übermitteln Ihren Auftrag unkompliziert über das elektronische Auftragstool Swiss Post Cargo

Web oder per EDI-Schnittstelle. Die Post holt die Geräte bei Ihnen ab – oder aber Sie liefern diese an ein Logistikzentrum. Selbstverständlich wissen Sie dank Onlinesendungsverfolgung jederzeit, wo sich Ihre Waren gerade befinden.

### Mehr Zeit für Ihr Kerngeschäft

Es liegt auf der Hand, dass Sie mit dem zuverlässigen Aufstellservice der Post viel Zeit gewinnen, die Sie für Ihr Kerngeschäft einsetzen können. Ausserdem ersparen Sie sich den Aufbau und den Unterhalt eines eigenen Fuhrparks. Übrigens: Die Auslieferungen der Post sind von Montag bis Samstag möglich und erfolgen punktgenau. Der Gefrierschrank wird im Keller, der Server im Brandschutzraum aufgestellt! ■ an

[www.post.ch/aufstellservice](http://www.post.ch/aufstellservice)

# Zustellung erfolgt jetzt ohne Unterschrift

**Seit 1. März 2015 müssen Empfänger von Parfüms, Deodorantsprays und anderen LQ-Gefahrgutsendungen bei der Zustellung nicht mehr unterschreiben.**

Der Transport von Gefahrgut unterliegt strengen gesetzlichen Auflagen. Die Post hat damit grosse Erfahrung – gerade auch in der sicheren Zustellung von Gütern aus der LQ-Klasse (Limited Quantities – dies sind spezielle für den Postversand erlaubte Güter in begrenzten Mengen). Die neue unterschriftsfreie Zustellung bringt vor allem Kunden von Onlineanbietern, welche mit diesen Gütern handeln, einen willkommenen Komfortgewinn. ■ an



[www.post.ch/gefahrgut](http://www.post.ch/gefahrgut)

Gefahrgut in begrenzten Mengen wird neu ohne Unterschrift zugestellt.

«Gut zum Druck»-Service

## Sicher ist sicher: Lassen Sie Ihre Massen- sendungen gratis prüfen

**Ungewöhnliche Formate, exotische Schriften: Die Spezialisten des «Gut zum Druck»-Service der Post haben buchstäblich alles schon einmal gesehen. Die gute Nachricht: Sie teilen ihr Wissen gerne – und sparen damit bares Geld für Sie.**

Können die vollautomatischen Briefsortieranlagen der Post eine Massensendung nicht erfassen, weil sie im Format, Layout oder anderweitig von den Vorgaben abweicht, muss jede einzelne Sendung von Hand verarbeitet werden. Dies verursacht Mehrkosten, die an den Absender weiterverrechnet werden. Die unnötigen Ausgaben lassen sich jedoch einfach vermeiden: Lassen Sie Ihre Massensendungen vor dem Versand durch die Spezialisten des «Gut zum Druck»-Service überprüfen!



Der «Gut zum Druck»-Service der Post prüft Ihre Mailings schnell, sicher und kostenlos.

### Kostenlose Antworten auf all Ihre Fragen

Der «Gut zum Druck»-Service hilft Ihnen ausgesprochen zügig: Onlineanfragen werden werktags innert 24 Stunden beantwortet, Anfragen per Post innert zwei bis drei Werktagen nach Erhalt der Sendung. Und das Beste daran: Der Service ist für Sie kostenlos. Weitere Informationen, Telefonnummern und das Kontaktformular finden Sie online. ■ Is

[www.post.ch/gut-zum-druck](http://www.post.ch/gut-zum-druck)

Briefpoststudie 2014

## Eindeutiger Wirkungsbeweis für den physischen Werbebrief



Briefpost punktet bezüglich Absatzwirkung und Qualität.

**Einem Liebesbrief oder einer Geburtstagskarte spricht man bereitwillig hohe Aufmerksamkeit zu. Aber wie steht es eigentlich mit Werbebriefen? Eine repräsentative Studie liefert vielversprechende Resultate.**

Ein persönlicher Brief bleibt in Erinnerung und weckt Emotionen. Was fürs Privatleben unbestritten ist, gilt aber auch für die Geschäftswelt: Eine repräsentative, durch die Post in Auftrag gegebene Studie bestätigt diese Tatsache mit eindrücklichen Zahlen.

### Der physische Werbebrief erhält viel Zuspruch

Im Rahmen der Studie wurden 400 Geschäftskunden aus der ganzen Schweiz befragt. 95 Prozent der Befragten attestieren dem Brief Vertrauenswürdigkeit und 93 Prozent sind davon überzeugt, dass man sich mit dieser Werbeform bei Kunden in Erinnerung rufen kann. Über 90 Prozent Zu-

stimmung fanden auch die Aussagen, dass Briefe eine hohe Aufmerksamkeit generieren und eine gezielte Ansprache der Empfänger zulassen. Zwei Drittel der Teilnehmenden sind zudem der Meinung, dass der Brief die grösste Absatzwirkung erzielt – sei es in Kombination mit anderen Medien oder auch im Alleingang.

### Briefpost überzeugt auch bei den Imagefaktoren

Was der Studie ebenfalls zu entnehmen ist: Physische Post und elektronische Medien werden aus ganz unterschiedlichen Beweggründen eingesetzt. Während bei elektronischen Medien vor allem die Kosteneffizienz und die Eignung für die Promotion neuer Angebote erwähnt werden, ist adressierte Briefpost für die Befragten mit Abstand die Siegerin bei Imagefaktoren wie Zuverlässigkeit, Kompetenz und Qualität. ■ Is

[www.post.ch/wirkung-studien](http://www.post.ch/wirkung-studien)

# Die Post: Ihre Markenbotschafterin im Aussendienst

**Der Erfolg eines Unternehmens wird seit jeher daran gemessen, wie schnell und zuverlässig die Wünsche der Kundinnen und Kunden erfüllt werden. Die Post ist dabei ein wichtiges Rad im System.**

Stellen Sie sich vor, Sie kaufen an einem Dienstag um 16.45 Uhr in einem Schweizer Online-shop einen Laserdrucker. Am nächsten Morgen um 10 Uhr steht der freundliche Postbote am Empfang und überreicht Ihnen die Kartonschachtel mit dem Drucker. Wem gebührt Ihr Lob für die prompte Dienstleistung? Genau, natürlich dem Onlineshop. Was niemand ahnt: Ein guter Teil der Versandlogistik wurde durch die Post erledigt.

## Der verlängerte Arm Ihres Unternehmens

Unternehmen jeder Grösse verlassen sich für Logistikaufgaben auf die Post. Die Zustellboten ersetzen oder ergänzen dabei den firmeneigenen Aussendienst. Für die Post bedeutet diese Aufgabe eine grosse Verantwortung. Denn jede Verspätung, jedes unfreundliche Wort würde zwangsläufig auch dem Image des Auftraggebers schaden.

## Servicequalität – ein ständiges Kernthema

Die stetige Verbesserung der Servicequalität und der Zustellung hat bei der Post einen hohen Stellenwert. Dabei setzt sie auch Erkenntnisse um, die in Kundenbefragungen und Kundenworkshops gewonnen werden. Die Resultate

sind erfreulich: Die Geschäftskunden zeichnen in den Zufriedenheitsmessungen die Zuverlässigkeit der Zustellung und das Engagement der Zustellboten regelmässig mit Höchstnoten aus.

## Die Post besteht im freien Wettbewerb

Rund 80 Prozent der Leistungen erbringt die Post im freien Wettbewerb. Hier geben nicht nur Schnelligkeit und Preisargumente den Ausschlag, sondern auch qualitative Faktoren wie die Freundlichkeit des Zustellpersonals oder der schonende Umgang mit dem Transportgut. Erst wenn das Gesamtpaket stimmt, kann die Post im Wettbewerb bestehen. Und genau hier machen die Mitarbeitenden in der Zustellung den Unterschied, denn sie sind das Gesicht der Post. ■ Is

# Die Post gewinnt den ESPRIX Swiss Award

**Die Wertschöpfungskette der Post gilt als vorbildlich. Das wurde kürzlich von unabhängiger Seite bestätigt: Die Stiftung ESPRIX hat die Post mit dem ESPRIX Swiss Award for Excellence 2015 ausgezeichnet.**

Drei Dinge gaben für die Jury den Ausschlag: eine vorbildliche Betreuung der Geschäftskunden, die kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsabläufe durch Kaizen sowie die Tatsache, dass die Post auf Hochleistungsteams setzt.

## Nachhaltig und zukunftssträchtig unterwegs

Die Stiftung ESPRIX legt grossen Wert darauf, dass die ausgezeichneten Unternehmen Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft übernehmen und ein ausgewogenes Ergebnis erzielen. Die Post erfüllt mit ihrer Wertschöpfungskette all diese Kriterien. Zudem pflegt sie ihre Kundenbeziehungen intensiv und kennt Kundenbedürfnisse genau. Aber was macht die Post denn anders als andere Unternehmen? Das Zauberwort heisst Kaizen.

## Mit Kaizen zur kontinuierlichen Verbesserung

Kaizen bedeutet auf Japanisch «Veränderung zum Besseren». Im Westen wurde Kaizen zu einem Managementsystem für Prozessoptimierungen weiterentwickelt. Das Konzept bezieht Mitarbeitende und Führungskräfte gleichermaßen mit ein, was zu einer hohen Identifikation mit dem Verbesserungsprozess führt. Die Post hat das Teilnehmerfeld noch weiter geöffnet und bezieht auch ihre Kunden in den Prozess mit ein: Mittlerweile haben Firmen wie Swiss-Printers, Helsana und die St. Galler Kantonalbank an Kaizen-Workshops teilgenommen und Verbesserungsvorschläge eingebracht.

## Eine Win-win-Situation

Die Post hat Kaizen 2011 eingeführt. Die Erfolge sind spürbar – und präzise messbar: 2014 konnte die Post rund 30 000 Stunden und 1,2 Millionen Franken einsparen, indem rund 5000 Ideen der Mitarbeitenden gesammelt und 63 Prozent davon umgesetzt wurden. Die Optimierung der postinternen Prozesse und Schnittstellen zu den Kunden ist aber bloss ein Teil der Erfolgsgeschichte: Auch die beteiligten Unternehmen stellen ihre Prozesse infrage, optimieren Schnittstellen und erzielen bedeutende Kosteneinsparungen. ■ Is

[www.esprix.ch](http://www.esprix.ch)

Preisverleihung des ESPRIX 2015 (v.l.): Jurypräsident Wolfgang Martz, Ulrich Hurni (Schweizerische Post), Marco Schöpf (Schweizerische Post), ESPRIX-Geschäftsführerin Priska Wyser und Valentin Vogt, Präsident des Schweizerischen Arbeitgeberverbands.



Foto: Jerry Gros

**LESER-  
ANGEBOT**

Briefzentren

## Lust auf eine VIP-Führung durchs Briefzentrum?

**Erleben Sie die Post hautnah. Zu gewinnen gibt es eine exklusive Führung durch ein Briefzentrum Ihrer Wahl mit allem Drum und Dran: Apéro, persönliche Betreuung und faszinierende Einblicke, wie sie nur einer exklusiven Kleingruppe (bis max. 20 Personen) geboten werden können.**

Die Briefzentren der Schweiz gehören zu den modernsten der Welt. Im Innern unserer Zentren sorgen engagierte Mitarbeitende und fortschrittliche Technologien dafür, dass Briefe in Sekundenschnelle sortiert und unverzüglich in den richtigen Winkel der Schweiz oder in die weite Welt hinausgeschickt werden.

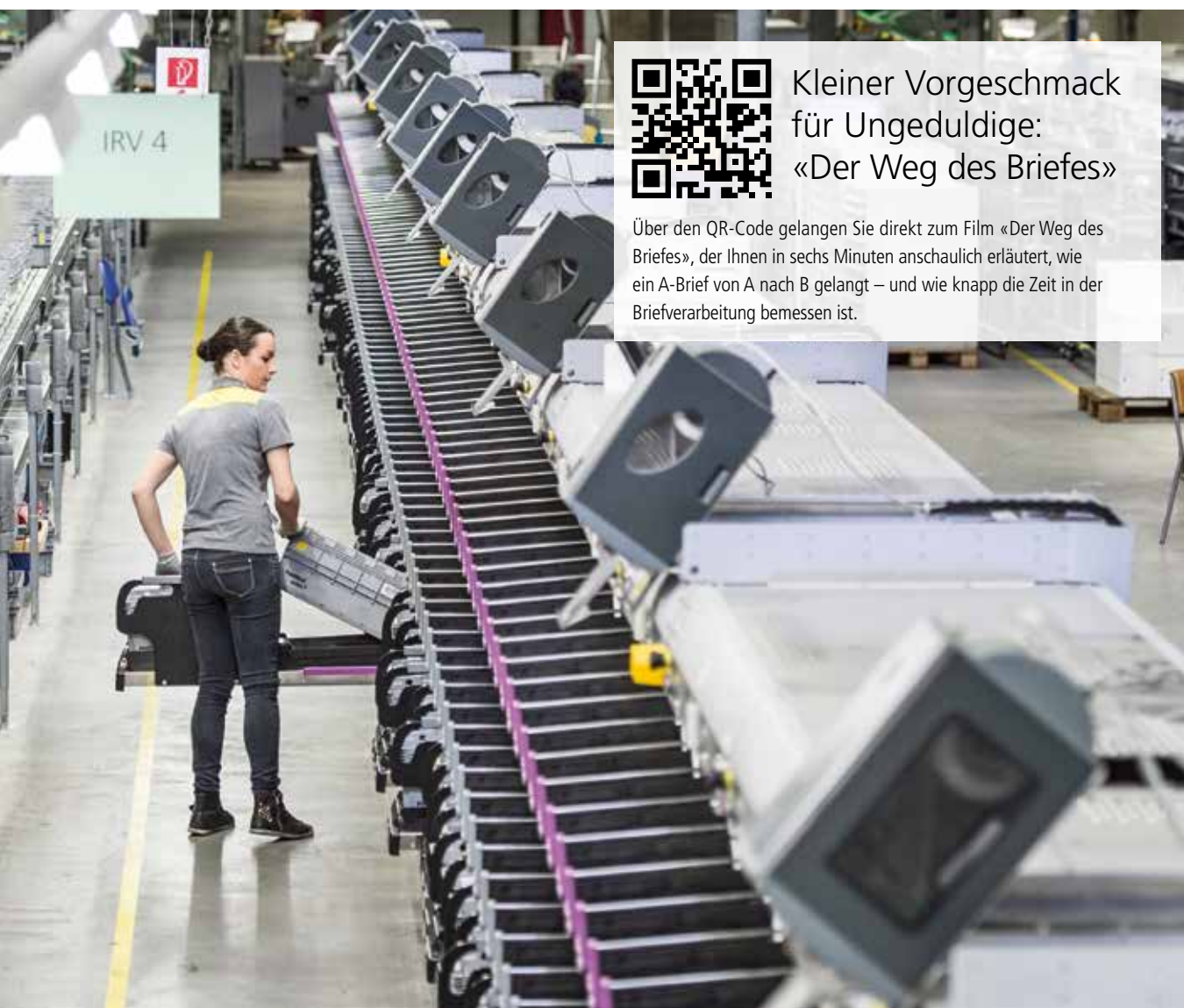
### **Drei Briefzentren heissen Sie herzlich willkommen**

Wer gewinnt, hat die Qual der Wahl: Gerne empfangen wir Sie in einem unserer Briefzentren in Eclépens, Härkingen oder Zürich-Mülligen. Die Führung kommentieren wir ganz nach Ihrem Wunsch auf Deutsch, Französisch, Italienisch oder Englisch.

### **Und so nutzen Sie Ihre Chance**

Senden Sie die beigelegte Antwortkarte bis 31.7.2015 an uns zurück. Der Gewinn kann von Montag bis Freitag in den Briefzentren Eclépens, Härkingen oder Zürich-Mülligen eingelöst werden. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt und der Rechtsweg ist ausgeschlossen. ■ Is

[www.post.ch/besucherfuehrungen](http://www.post.ch/besucherfuehrungen)



**Kleiner Vorgeschmack  
für Ungeduldige:  
«Der Weg des Briefes»**

Über den QR-Code gelangen Sie direkt zum Film «Der Weg des Briefes», der Ihnen in sechs Minuten anschaulich erläutert, wie ein A-Brief von A nach B gelangt – und wie knapp die Zeit in der Briefverarbeitung bemessen ist.