

# Info Post

Das Magazin für unsere Geschäftskunden

Dezember 2013

**DIE POST** 

## Swiss-Kurier Auch über die Festtage für Sie da



### **Logistikpunkt**

Know-how und Austausch  
für Profis

### **PostCard Creator**

Festtagsgrüsse leicht gemacht

- 2 ■ Swiss-Kurier: **Für Sie legen wir auch am Heiligabend den Turbogang ein**
- 3 ■ Angebote und Preise 2014: **Optimierungen des Dienstleistungsangebots der Post**  
■ DirectCalendar 2014: **Den idealen Zeitpunkt für Ihr Mailing ...**
- 4 ■ Zustellung vor Weihnachten – letzte Aufgabenzeiten: **Pünktliche Festtagsgrüsse machen Freude**  
■ Logistikpunkt: **Wo selbst Profis viel lernen**
- 5 ■ Logistikzentren: **Starke Knoten im Logistiknetz der Post**
- 6 ■ PostCard Creator: **Festtagsgrüsse schnell und einfach erstellen**  
■ WebStamp: **Ihre ganz persönliche Briefmarke**
- 7 ■ E-Commerce: **Online und Offline – ein geniales Marketingpaar**
- 8 ■ Natur Konkret: **«Die Post passt gut zu unserem Naturbewusstsein.»**
- 9 ■ ÖKK: **«Direct Mailings wecken Emotionen!»**
- 10 ■ Social-Media-Auftritt der Post: **Ungekünstelter Dialog mit Kundinnen und Kunden**  
■ Neue Supportplattform für KMU mit internationalen Ambitionen: **<https://aussehandel.postfinance.ch>**
- 11 ■ Umfrage Kundenzufriedenheit: **Geschäftskunden loben die Post**  
■ PostParc: **Bern erhält ein lebendiges neues Zentrum**
- 12 ■ DM-Seminare: **Gewinnen Sie Wissensvorsprung!**

## Swiss-Kurier

# Für Sie legen wir auch am Heiligabend den Turbogang ein

**Blitzschnell und flächendeckend: Der Swiss-Kurier holt Ihre dringenden Sendungen bei Ihnen ab und stellt sie in Windeseile zu. Selbst am 24. Dezember oder kurz vor Jahresbeginn.**

Mit Swiss-Kurier «Standard», «Rapid» und «Turbo» steht Ihnen der schnellste Weihnachtsmann im ganzen Land zur Verfügung. So landen sogar Ihre spontansten Geschenke rechtzeitig unter dem Weihnachtsbaum: Swiss-Kurier «Turbo» liefert Ihre Sendungen garantiert in nur 30 Minuten aus. Und das innerhalb der wichtigsten Agglomerationen in der ganzen Schweiz. Sollte es ein bisschen weniger pressieren, so sind Sie natürlich auch mit der Zustellgeschwindigkeit «Rapid» (60 Minuten) oder «Standard» (120 Minuten) bestens bedient.



Bequeme Abholung vor Ort – das ganze Jahr.

**Ihre Turbo-Hotline: 0800 888 888**

Auch wenns eilt, können Sie es gelassen nehmen: Den schnellsten Kurier der Post aktivieren Sie bequem auf [www.post.ch/kurier-bestellen](http://www.post.ch/kurier-bestellen) – oder über die Gratisnummer 0800 888 888. Kaum ist der Auftrag erteilt, holt der Kurierfahrer die Sendung bei Ihnen ab, transportiert sie auf kürzestem Weg und in der von Ihnen bestimmten Frist zum Empfänger und liefert sie dort gegen Unterschrift ab. Dabei bezahlen Sie bequem bargeldlos.

### Ihr Überblick: «Sendung verfolgen»

Swiss-Kurier benachrichtigt zudem alle Beteiligten über den Fortschritt der Sendung: Die Empfänger bekommen eine SMS oder eine E-Mail, die sie über die eintreffende Kuriere sendung informiert, während die Auftraggeber nach erfolgreicher Zustellung eine Meldung erhalten. Über die Internetapplikation «Sendung verfol-

gen» können Sie ausserdem jederzeit den Status Ihrer Sendung abfragen. Die Verfügbarkeit dieser Angebote und sämtliche Preise sind ebenfalls auf [www.post.ch/kurier-bestellen](http://www.post.ch/kurier-bestellen) abrufbar.

### Ihr Ökobeitrag: «pro clima»

Durch die optimale Kombination von Velo, Bahn und Strasse erreicht der Swiss-Kurier die schnellste Punkt-zu-Punkt-Verbindung mit geringstmöglicher Belastung der Umwelt. Mit einem «pro clima»-Zuschlag von nur ein paar wenigen Rappen versenden Sie Ihre Geschenke sogar klimaneutral. Das kommt bei Ihren Kunden immer gut an. Und bei der Umwelt sowieso. *jme*

[www.post.ch/swiss-kurier](http://www.post.ch/swiss-kurier)

## Impressum

**Herausgeberin:** Post CH AG, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern | [infopost@post.ch](mailto:infopost@post.ch), [www.post.ch/infopost](http://www.post.ch/infopost)  
**Redaktion:** Post CH AG: Jasmin Batt (jb) | 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.



**MIX**  
 Papier aus verantwortungsvollen Quellen  
**FSC® C005019**

Angebote und Preise 2014

# Optimierungen des Dienstleistungsangebots der Post

**Die Post passt auf den 1. Januar 2014 punktuell ihr Sortiment und einzelne Preise an. Sie vereinfacht damit ihr Angebot und gestaltet die Preise übersichtlicher. Im Geschäftskundenbereich erfolgen einige Preissenkungen.**

Die Post bietet hohe Leistungen zu attraktiven Preisen. Damit das Dienstleistungsangebot noch verständlicher und kundenfreundlicher wird, überprüft sie regelmässig ihr Sortiment und führt alljährlich Anpassungen durch. Dazu optimiert sie laufend ihre Kosten, benötigt jedoch auch leistungsorientierte und marktgerechte Preise, denn nicht bei allen Dienstleistungen sind die Kosten gedeckt.

## Die Änderungen im Überblick

Zum Jahresbeginn werden im Bereich der Geschäftskunden vor allem punktuelle Anpassungen im Brief- und Paketversand im Inland vorgenommen. Die Auslandangebote bleiben grundsätzlich unverändert. Hier ein Überblick:

- Brief mit Barcode: Vereinfachtes Preissystem durch Einheitspreise beim Einschreiben und den Gerichtsurkunden. Bei A-Post Plus Preissenkung beim Midi-Brief sowie für die Grossbriefe über 500 Gramm.
- Nachnahme Inland: Preiserhöhung von Brief- und Paketsendungen mit physischem Zahlungsbeleg. Den Geschäftskunden stehen ohne Preiserhöhung alternative Dienst-

leistungen wie die «Beleglose Nachnahme» oder die Vorauskasse zur Verfügung.

- WebStamp: Das preisreduzierte Einführungsangebot für WebStamp-Pakete bis 5 kg gilt noch bis Ende Jahr. Neu kosten mit WebStamp frankierte Sendungen gleich viel wie am Schalter bezahlte Pakete.
- Spezi alsendungen: Der bisherige Zuschlag für die Ortsbundsartierung entfällt. Die Kriterien für Spezi alsendungen wurden von 22 auf 13 reduziert.

Detaillierte Informationen finden Sie in unserer kostenlosen Broschüre. Bestellen Sie sie mittels beigelegter Antwortkarte oder laden Sie sie von unserer Website herunter. *jme*



DirectCalendar 2014

## Den idealen Zeitpunkt für Ihr Mailing ...

**... finden Sie dank des DirectCalendar 2014. Der kostenlose Jahresplaner zeigt Ihnen Ferien, Feiertage sowie wichtige Events an und hilft Ihnen, Ihre Zielgruppe zum perfekten Zeitpunkt zu erreichen.**

So wird Ihre Direct-Marketing-Jahresplanung zum Kinderspiel: Dank des DirectCalendar 2014 haben Sie die wichtigsten Termine in der ganzen Schweiz im Blick. Der Erfolg einer Werbeaktion hängt nicht zuletzt von der Erreichbarkeit der Zielgruppe ab. So macht es wenig Sinn, Familien mit schulpflichtigen Kindern während der Schulferien anzuschreiben.

Wenn Sie den Versandzeitpunkt Ihrer Mailings sorgfältig vorbereiten und die wichtigsten Anlässe berücksichtigen möchten, nehmen Sie am besten den DirectCalendar zu Hilfe.

### Lieber gedruckt oder online?

Die Printausgabe im aufklappbaren A4-Format beinhaltet die Schulferien in allen Kantonen, offizielle Feiertage, Branchenanstöße sowie Kultur- und Sportveranstaltungen. Kostenlose Exemplare können Sie mit der beigelegten Antwortkarte oder online auf [www.post.ch/](http://www.post.ch/)

[directcalendar](http://directcalendar) bestellen. Unter diesem Link finden Sie auch den Onlinekalender. Dieser enthält zusätzlich die bedeutendsten Eventtermine im benachbarten Ausland, Wetterprognosen für Anlässe, einen Mondkalender, eine Erinnerungs- und Weiterempfehlungsfunktion sowie die Möglichkeit, eigene Anlässe einzutragen und zu veröffentlichen. Zudem können Sie in der elektronischen Version Daten nach individuellen Interessen abfragen und diese in Ihren eigenen Kalender importieren. *jme*

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

Zustellung vor Weihnachten – letzte Aufgabezeiten

## Pünktliche Festtagsgrüsse machen Freude

**O du fröhliches Briefkastenleeren: Beachten Sie die Aufgabezeiten in der Tabelle – und Ihre Festtagsgrüsse und Pakete machen pünktlich Freude!**

<sup>1</sup> Aufgabe bis Annahmeschluss am Abend; garantierte Zustellung am 21./24./31.12. bis 11 Uhr anstatt bis 9 Uhr.

<sup>2</sup> Swiss-Kurier «Standard», Ausprägung «Direktfahrt», «Rapid» und «Turbo» werden am Dienstag, 24. und 31.12.13, bis um 11 Uhr angenommen.

<sup>3</sup> Der Swiss-Kurier «Blitz» wird am Dienstag, 24. und 31.12.13, nicht angeboten.

<sup>4</sup> Diese Beförderungszeiten gelten nur für Wirtschafts- und Ballungszentren. Die genauen Beförderungszeiten pro Land können auch im Internet unter [www.post.ch/info-int](http://www.post.ch/info-int) oder unter der URGENT-Gratisnummer 0800 45 45 45 von Kundinnen und Kunden sowie von Poststellen angefragt werden.

<sup>5</sup> Genaue Beförderungszeiten pro Land können im Internet unter [www.swisspost-gls.ch](http://www.swisspost-gls.ch) oder unter Tel. 0848 858 686 angefragt werden.

Briefe		
<b>Schweiz</b>		
Swiss-Express «Mond» <sup>1</sup>		23.12.2013
A-Post		23.12.2013
B-Post		19.12.2013
Swiss-Kurier «Standard», «Rapid» und «Turbo» <sup>2</sup>		24.12.2013
Swiss-Kurier «Blitz» <sup>3</sup>		23.12.2013
<b>Europa</b>		
URGENT Dokumente <sup>4</sup>		20.12.2013
PRIORITY		16.12.2013
ECONOMY		09.12.2013
<b>Übrige Länder</b>		
URGENT Dokumente <sup>4</sup>		19.12.2013
PRIORITY		09.12.2013
ECONOMY		02.12.2013

Pakete		
<b>Schweiz</b>		
Swiss-Express «Mond» <sup>1</sup>		23.12.2013
PostPac Priority		23.12.2013
PostPac Economy		20.12.2013
Swiss-Kurier «Standard», «Rapid» und «Turbo» <sup>2</sup>		24.12.2013
Swiss-Kurier «Blitz» <sup>3</sup>		23.12.2013
<b>Europa</b>		
URGENT Waren <sup>4</sup>		19.12.2013
PRIORITY		10.12.2013
ECONOMY		03.12.2013
GLS-Pakete <sup>5</sup>		11.12.2013
<b>Übrige Länder</b>		
URGENT <sup>4</sup>		18.12.2013
PRIORITY		03.12.2013
ECONOMY		26.11.2013
GLS-Pakete <sup>5</sup>		05.12.2013

Logistikpunkt

## Wo selbst Profis viel lernen

**Wie hat man als Logistikprofi die Nase vorn? Indem man sich auf Logistikpunkt frisches Know-how, interessante neue Denkansätze und fundiertes Hintergrundwissen holt. Der Wissenskanal der Post für Logistiker ist nur einen Klick entfernt.**

Ein guter Tipp für alle, für die Logistik kein Buch mit sieben Siegeln, sondern ein Beruf mit unzähligen faszinierenden Seiten ist: Besuchen Sie doch einmal Logistikpunkt! Hier treffen Sie Gleichgesinnte in der Logistik-Community, tauschen sich mit ihnen aus und entdecken immer wieder neue Aspekte Ihres Fachgebiets.

**Expertentipps und Showtime gefällig vereint**

Auf dem Online-Wissenskanal erhellen Fachbeiträge manchen Hintergrund des Logistikgeschäfts. Verfasst von Experten überzeugen sie mit hohem Bezug zur Praxis. Als äusserst lehrreich empfinden viele Logistikpunkt-Besucher auch die Best-Practice-Beispiele. Schweizer Unter-

nehmen lassen sich hier über die Schultern blicken und enthüllen die Geheimnisse hinter ihren erfolgreichen Logistiklösungen. Wer spektakuläre Bilder schätzt, klickt sich durch die Videoauswahl. Spannende Filme vermitteln das Logistikangebot der Post auf unterhaltsame Weise.

**Ihre Meinung ist gefragt**

Nicht zuletzt lebt Logistikpunkt vom Austausch unter Kolleginnen und Kollegen. Mit der Kommentarfunktion, die allen offensteht, können Sie Ihre Meinung und eigenen Erfahrungen ganz einfach einbringen. Möchten Sie wissen, welche Neuigkeiten die Fachwelt bewegen? Dann abonnieren Sie den E-Newsletter und den RSS Feed – und Sie sind jederzeit bestens informiert. *an*

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



# Starke Knoten im Logistiknetz der Post



Logistikzentrum Pratteln:  
grenzenlose Post-Dienstleistungen fürs Dreiländereck.

**Näher zu den Kunden mit flexibleren Leistungen: Mit der Eröffnung der neuen Logistikzentren Fétigny FR und Pfungen ZH im Jahr 2013 verstärkt die Post ihre führende Stellung im Logistikgeschäft. Schon seit 2011 erhalten Kunden im modernen Logistikzentrum Pratteln BL umfassende Dienstleistungen aus einer Hand.**

82 neue Rampen, über 6500 Quadratmeter zusätzliche Umschlagfläche: Die neuen Logistikzentren Fétigny und Pfungen bringen der Post einen hochwillkommenen Kapazitätszuwachs für das florierende Logistikgeschäft. Zugleich bilden die neuen Zentren wichtige Knoten im landesweiten Netz aus neun Logistikzentren. Ab Fétigny beliefert die Post ihre Kunden von Genf bis zum Murtensee und von Neuenburg bis ins Wallis. Stückgut- und Swiss-Express-Kunden östlich des Gubrist bzw. östlich des Bareggs erhalten ihre Sendungen seit August 2013 aus Pfungen. Der Anschluss an das Transportnetz der Post wird für beide neuen Zentren mit Shuttle-Verbindungen zu den anderen Logistikzentren sichergestellt.

## Frühere Zustellungen mit weniger Emissionen

Erfreulich: Dank der guten Einbindung der neuen Logistikzentren in ihr Netz spart die Post Transportkilometer ein und verringert dadurch ihren CO<sub>2</sub>-Ausstoss. Die kürzeren Transportwege ab Fétigny machen es zudem möglich, dass Swiss-Express-«Tag»-Sendungen

früher am Tag zugestellt werden. In Pfungen vereint die Post alle Dienstleistungen im Bereich Express, Fracht und Lager. Dadurch kann sie vermehrt kombinierte Abholungen tätigen – mit positiven Folgen: Sie spart Fahrten ein, und ihre Kunden profitieren von zusätzlichem Komfort.

## Full Service in Pratteln

Schon seit 2011 betreibt die Post ihr hochmodernes Logistikzentrum in Pratteln. Kunden aus dem Dreiländereck erhalten hier umfassende Dienstleistungen entlang der gesamten Logistikkette: von Vorholungen bei Lieferanten – auch im Ausland – über die Verzollung und fachgerechte Lagerung bis hin zur Distribution in jeder gewünschten Form und Geschwindigkeit. Für Letzteres leistet die lückenlose Anbindung an das Kurier-, Express- und Paketnetz der Post gute Dienste. Als Highlight darf das äusserst vielseitige Angebot in Sachen Lagerung, Crossdocking und Zusatzleistungen bezeichnet werden. So verfügt das Logistikzentrum Pratteln beispielsweise über ein Gefahrstofflager und erledigt für seine Kunden auch gleich Preisauszeichnungen und das Retourenmanagement. Multifunktionalität ist hier kein Schlagwort, sondern Alltag. *an*

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

## Steckbriefe

### Logistikzentrum Fétigny FR



25 Rampen  
880 m<sup>2</sup> Umschlagfläche  
147 m<sup>2</sup> Lagerfläche  
Brief- und Paketzustellung, Swiss-Express «Tag» und «Innight»

### Logistikzentrum Pfungen ZH

57 Rampen  
5663 m<sup>2</sup> Umschlagfläche  
5851 m<sup>2</sup> Lagerfläche  
Stückgutzustellung, Swiss-Express «Tag» und «Innight»

### Logistikzentrum Pratteln BL

16 Rampen LKW, Rampe für 6 Bahnwagen  
1300 m<sup>2</sup> Umschlagfläche  
17 000 m<sup>2</sup> Lagerfläche  
Logistikleistungen von A bis Z:  
Vorholungen, Verzollung, Lagerung, Crossdocking, VAS, Distribution

### PostCard Creator

# Festtagsgrüsse schnell und einfach erstellen

**Format auswählen, gestalten, adressieren, versenden: So einfach erstellen und verschicken Sie online Ihre individuellen Festtagsgrüsse und weitere Mailings. Schon vier Tage nach Ihrer Bestellung treffen Ihre guten Wünsche bei den Empfängern ein – oder mit der Expressbestellung bis 14 Uhr schon am Folgetag!**

Kennen Sie das? Wegen unzähliger Jahresendarbeiten und -anlässen finden Sie einfach keine Zeit, um Ihre Festtagsgrüsse zu gestalten und zu verschicken. Dabei möchten Sie sich bei Ihren Kunden, Partnern und Bekannten für die tolle Zusammenarbeit herzlich bedanken... Die Post hilft Ihnen gerne aus der Patsche: Innerhalb kürzester Zeit können Sie mit PostCard Creator schöne und stilvolle Postkarten erstellen. Einfach online und mit Ihren eigenen

Bildern und Worten. Und weil die Post den Druck, die Adressierung, die Frankierung und den Versand speditiv erledigt, dürfen Sie darauf zählen, dass Ihre Botschaften rechtzeitig ankommen.

#### Professionelle Postkartenmailings ab einem Exemplar

PostCard Creator eignet sich für praktisch jedes Kommunikationsbedürfnis. Benötigen Sie nur ein einziges Exemplar Ihrer Postkarte oder mehrere Tausend? Kein Problem: Die Post setzt Ihre Wünsche gekonnt um. Besonders praktisch: Für das Adressieren laden Sie einfach Ihre Adressdatei hoch. Drei Tage nach Ihrer Auftragsbestätigung sind Ihre Karten versandbereit. Das Tempo bestimmen Sie – von der

günstigen B-Post-Massensendung bis zur A-Post- oder Expresszustellung ist alles möglich.

#### Praktisch unbegrenzte Möglichkeiten

Beim Gestalten Ihres Mailings wählen Sie zunächst das passende Format aus: Postkarte, Antwortkarte, Gutscheinkarte, die Kreativ-Postkarte mit speziellen Formen oder unadressierte Flyer. Versehen Sie Ihr Werk mit Ihren Bildern, Ihrem Logo und individuellen Texten. Oder verwenden Sie Bilder aus der umfangreichen Sammlung des PostCard Creator. So oder so: Im Handumdrehen erstellt, fällt Ihr selbst gestaltetes Mailing bei den Empfängern garantiert angenehm auf! *an*

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

## 5% Rabatt für Ihr Mailing!

Jetzt profitieren: Bis 31. Januar 2014 erhalten Sie auf Ihren ersten Auftrag bei PostCard Creator 5 Prozent Rabatt auf die Produktionskosten. Geben Sie bei der Bestellung auf [www.post.ch/postcardcreator](http://www.post.ch/postcardcreator) einfach den **Gutscheincode fest310114** ein.



#### Wettbewerb

## Die schönste Festtagskarte der Schweiz gewinnt

Haben Sie im Jahr 2013 eine besonders schöne Weihnachts- oder Neujahrskarte für Ihre Kunden realisiert und verschickt? Dann nichts wie los: Die Post prämiert die schönsten Werke mit dem «Nicolas – Prix Carte de Noël». Zu gewinnen gibts insgesamt drei Nicolas-Awards.

**Mehr Infos:** [www.post.ch/nicolas](http://www.post.ch/nicolas)

### WebStamp

# Ihre ganz persönliche Briefmarke



Überraschen Sie Ihre Kunden und Partner zu Weihnachten mit einer selbst kreierte Briefmarke! WebStamp macht es möglich. Auf einfache Weise gestalten Sie an Ihrem PC online Ihr eigenes individuelles Wertzeichen. Es transportiert Ihre Botschaft mit einem selbst gewählten Bild, einem Text oder Ihrem Firmenlogo direkt zu den Empfängern. Mit Ihrer ganz persönlichen Briefmarke frankieren Sie sowohl Brief- und Paketsendungen als auch Ihre mit dem PostCard Creator gestalteten Festtagskarten. *an*

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

# Online und Offline – ein geniales Marketingpaar

**Wie bewerben Sie Ihr Produkt am wirkungsvollsten? Mit einem Online- oder einem Offlineauftritt? Laut verschiedenen Studien ist die Kombination von beidem geradezu optimal. Denn Konsumenten sind heute vor allem crossmedial unterwegs – nach Bedarf wechseln sie den Kanal.**

Der E-Commerce hat dem Schweizer Versandhandel zu neuen Rekordzahlen verholfen: Rund 5,7 Milliarden Franken setzten Online- und Versandhändler im Jahr 2012 mit dem Verkauf von Waren an Privatpersonen um. Das entspricht einem Wachstum von 7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Wer heute also versandtaugliche Produkte vertreibt, kommt kaum am Internet vorbei. Doch der Onlinehandel wird zunehmend komplex: Auch wenn Konsumenten den Onlinekanal zum Bestellen wählen, spielen beim Entscheidprozess oft auch andere Medien eine wichtige Rolle. Deshalb ist die Offlinepräsenz für den Vertrieb Ihres Produktes genauso relevant wie Ihre Internetwerbung.

## Printmittel beeinflussen Kaufentscheid

Um als Versandhändler nachhaltig in Erinnerung zu bleiben, genügt es nicht, in nur einer Dimension präsent zu sein. Gemäss einer neuen Studie des Deutschen Versandhandels e.V. informieren sich 49 Prozent der Online-shopkunden vor der Bestellung im Katalog des Shops. Dies beweist, dass Printwerbemittel den Kaufentscheid stark beeinflussen. Flyer, Magazine und Kataloge bieten einen emotionaleren Zugang zum Produkt als die Informationen im Netz. Warum? Ein Printwerbemittel wie ein Katalog bleibt länger liegen und lädt zum Stöbern ein.

## E-Werbung – gewusst wie

Onlineshops haben gegenüber stationären Läden einen riesigen Vorteil: Sie werden überall gefunden, und zwar von Menschen mit konkreten Kaufabsichten. Für sie sind die Optimierung von Shop-Struktur und -Inhalten

sowie das Suchmaschinenmarketing wichtige Werbeformen. Auch das E-Mail-Marketing hat nach wie vor eine hohe Bedeutung im Werbemix von Onlinehändlern, doch ist es mit Vorsicht einzusetzen: Bei vielen Konsumenten macht sich nämlich eine grosse E-Newsletter-Ermüdung breit. Wichtig für Onlinehändler ist heute, auch eine Store-App anzubieten und ihre Shops für Smartphones zu optimieren. Denn rund die Hälfte aller Suchanfragen erfolgt über mobile Geräte. Social-Media-Plattformen wie Facebook, Google+ oder Twitter haben zwar noch wenig Einfluss auf den Geschäftsgang, doch können über diese Kanäle neue Kunden gewonnen werden. Ausserdem sind sie für die indirekte Marktforschung geeignet. Der Entscheidungsweg eines Kunden bis zum Kauf führt also meist über mehrere Online- und Offlinestationen.

## E-Commerce – die Post bietet Full Service

Die Post bietet Ihnen auch sonst volle Unterstützung: Von der Idee über den Shopaufbau bis hin zum Versand und Inkasso garantiert die Post Webshopbetreibern einen lückenlosen Service entlang der gesamten E-Commerce-Prozesskette. Für jeden Schritt stellt sie Ihnen Spezialisten zur Seite, die sich durch einen ausgeprägten Sinn für die Zusammenhänge über die gesamte Prozesskette hinweg auszeichnen. Und doch haben Sie für sämtliche Leistungen nur einen Ansprechpartner. So können Sie sich in aller Ruhe auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren. *jme*

→ Machen Sie mit bei unserem Wettbewerb auf der Rückseite dieser Info Post und gewinnen Sie mit ein wenig Glück ein wertvolles Direct-Marketing-Seminar, das Ihnen zu einem wirkungsvollen Marktauftritt verhilft!

## Umfassend: das E-Commerce-Angebot der Post



[www.post.ch/e-commerce](http://www.post.ch/e-commerce)



Natur Konkret

# «Die Post passt gut zu unserem Naturbewusstsein.»

**Darfs dieses Jahr zu Weihnachten vielleicht ein Braten der edlen Art sein? Der innovative Landwirtschaftsbetrieb Natur Konkret verwandelt mit seinen hochwertigen Nahrungsmitteln jede Mahlzeit in ein Festessen. Und dank der Abend- und Samstagzustellung der Post werden die Leckerbissen der Kundschaft garantiert dann zugestellt, wenn sie zu Hause ist.**

Wenn Fleisch, dann bitte auserlesenes und naturgetreues. Das von Tieren stammt, die zu Lebzeiten gehegt und gepflegt wurden. Eine Grundhaltung, die immer mehr Menschen teilen. Natur Konkret – ihres Zeichens «das tier- und naturfreundlichste Label der Welt» – wird dieser Philosophie mehr als gerecht. So dürfen die Schottischen Hochlandrinder in den üppigen Südschweizer Bergtälern leben, wie es ihnen entspricht, und sie werden ausschliesslich mit Gras, Heu und Wasser gefüttert. Auf diese Weise verhindern die zotteligen Vierbeiner die wachsende Verbuschung und Verwaldung der Alpen und tragen aktiv zum modernen Landschaftsschutz in der Schweiz bei. Betriebsleiter Guido Leutenegger erklärt, wie Natur Konkret funktioniert.



Landwirt Guido Leutenegger setzt bei der Logistik auf die Dienstleistungen der Post.

## Herr Leutenegger, wie komme ich zu Ihrem Ökofleisch?

Guido Leutenegger (G.L.): Indem Sie das Fleisch direkt über unseren Onlineshop bestellen. Nebst Hochlandrindern halten wir auch Wollschweine und Hühner. Sie können aber auch eine Tieraktie kaufen und so regelmässig zu Ihrem Fleisch kommen.

## Was ist eine Tieraktie?

G.L.: Das ist sozusagen eine Alternative zur Kapitalanlage. Sie können sowohl in ein Hochlandrind als auch in ein Wollschwein oder in ein Huhn investieren. So engagieren Sie sich für unseren Landwirtschaftsbetrieb. Ein Beispiel: 2500 Franken kostet eine Investition in ein Hochlandrind. Sie erhalten dann gewissermassen Ihre persönliche Kuh, die Sie sogar jederzeit via GPS orten können. Für Ihren Einsatz bekommen Sie zehn Jahre lang Qualitätsfleisch im Wert von 350 Franken pro Jahr.

## Was darf ich von Ihren Produkten erwarten?

G.L.: Unsere Tiere haben sehr viel Platz zur Verfügung und werden nur mit Heu und Gras gefüttert. Auf den Einsatz von Mais und Kraftfutter wird verzichtet. Ihr langsames Wachstum bei extensiver Haltung garantiert ein ganz besonderes Fleisch- und Geschmackerlebnis.

## Wie stellen Sie sicher, dass das Fleisch beim Eintreffen bei Ihren Kunden frisch ist?

G.L.: Mit der Post natürlich! (Lacht) Das Fleisch wird direkt von unserer Zentralverarbeitung in Masein GR den Kunden tiefgekühlt in einer Spezialkühlbox ausgeliefert. Mit der Samstag- und Abendzustellung der Post klappt das tipp-topp. Diese Dienstleistung wird von unserer Kundschaft sehr geschätzt. Unsere Kunden können bei ihrer Onlinebestellung wünschen, wann sie die Lieferung erhalten wollen: von Montag bis Freitag zwischen 7 Uhr und 9 Uhr

oder zwischen 17 Uhr und 20 Uhr. Oder eben am Samstag – für Berufstätige besonders praktisch. Die Post garantiert dabei die Lieferzeiten. Das ist wesentlich, denn mit verderblichen Lebensmitteln ist nicht zu spassen.

## Warum haben Sie sich für eine Zusammenarbeit mit der Post entschieden?

G.L.: Eine Gegenfrage: Mit wem sonst? Es gibt eigentlich keine Alternative zur Post. Denn sie ist die einzige Logistikerin, die mir das bietet, was ich brauche. Die Post ist ein vertrauenswürdiges Unternehmen und äusserst kundenfreundlich. Nicht zuletzt passt die Post gut zu unserem Naturbewusstsein: Gut die Hälfte des Transportweges bewältigt die Post auf Schienen. Dass sich unsere Logistikpartnerin um die Umwelt sorgt, ist uns wichtig. *jme*

[www.natur-konkret.ch](http://www.natur-konkret.ch)





Venanzi Vincenz nutzt die Wirkungskraft von Direct Mailings erfolgreich.

ÖKK

## «Direct Mailings wecken Emotionen!»

**Mit rund 167 000 Privat- und 14 700 Geschäftskunden zählt die ÖKK zu den Grossen im Schweizer Krankenversicherungsmarkt. Um weiter zu wachsen, setzt sie erfolgreich auf Direct Mailings. Jetzt belegt eine Studie deren positive Wirkung.**

«Windelschleppitis: eine Krankheit, die's bei uns nicht gibt.» Mit diesem Aufhänger hat die ÖKK im Frühling 2013 zur Neukundengewinnung ein Direct Mailing betitelt und an Familien mit Babys versendet. Der Clou: Wenn eine Familie einen Vertrag abschliesst, erhält sie ein Jahr lang gratis Windeln geliefert.

Mit telefonischen Interviews hat das Marktforschungsinstitut GfK Switzerland kurze Zeit später 350 Empfänger des Mailings befragt. Parallel dazu 350 Personen aus derselben Zielgruppe, welche kein Mailing erhalten hatten. Der Vergleich der Aussagen der beiden Testgruppen bestätigt, dass das Mailing der ÖKK wirkt.

### Die Imagewerte signifikant gesteigert

Sowohl bei der Bekanntheit wie auch bei den Imagewerten schnitt die ÖKK bei den Mailingempfängern deutlich besser ab als bei der Kontrollgruppe. So hat sich dank des Mailings die «spontane Erstnennung» der ÖKK bei der Frage nach bekannten Krankenkassen bei den Empfängern vervierfacht. Die Erinnerung an das

Mailing war mit 55 Prozent weit überdurchschnittlich hoch, und dies auch bis zu vier Wochen nach dem Versand. Zudem bekundeten viele Empfänger Interesse, eine Offerte anzufordern. Für Venanzi Vincenz, Leiter Marketingkommunikation bei der ÖKK, sind diese Resultate nicht überraschend: «Sie bestätigen die hohe Qualität unserer Direct Mailings und unsere Erfahrungen. In aller Regel erzielen wir überdurchschnittlich hohe Response-Werte, in diesem konkreten Fall waren es drei bis vier Prozent. Doch darauf ruhen wir uns nicht aus: Die Umfrage lieferte uns wertvolle Hinweise für Optimierungen, die wir in einer weiteren Auflage umgesetzt haben.»

### Erfolgsrezepte – oder wie die ÖKK im Briefkasten auffällt

«Spannung und Emotionen lassen sich gut mit Direct Mailings aufbauen», ist Venanzi Vincenz überzeugt. «Mit diesem Medium sind wir sehr nahe an unseren Kunden. Die persönliche Ansprache, das Couvert mit Briefmarke – das vermittelt ihnen unsere Wertschätzung.» Pro Jahr verschickt die ÖKK durchschnittlich zwischen fünf und sieben DMs. Damit sie im Briefkasten der Empfänger auffallen, misst die ÖKK bei deren Entwicklung den Erfolgsfaktoren viel Gewicht bei. Vincenz: «Ein Mailing ist dann wirksam, wenn der Mix verschiedener Elemente optimal stimmt: Material, Gestaltung,

Farben und Sujet – sowie natürlich eine interessante Geschichte, die wir erzählen.»

### Inspirationen von der Post

Im Rahmen von regelmässigen Austausch-sitzungen entwickeln die DM-Spezialisten der ÖKK und der Post gemeinsam immer wieder neue Ideen und Lösungen. «Manchmal sind wir die Versuchskaninchen der Post», schmunzelt Vincenz, «aber immerhin erhalten wir sehr gutes Futter! So haben wir beispielsweise als Erste in der Schweiz ein neues Laschen-Mailing eingesetzt. Unsere Partner bei der Post sind voll am Puls der Entwicklungen und handeln sehr kundenorientiert. Kommt dazu, dass die Post mit ihrer hervorragenden flächendeckenden Logistik tolle Möglichkeiten für Direct Mailings bietet.» So darf man denn davon ausgehen, dass «Kundenlangweilitis» eine Krankheit ist, die es bei der ÖKK auch künftig nicht gibt. *an*

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

Social-Media-Auftritt der Post

# Ungekünstelter Dialog mit Kundinnen und Kunden



**Facebook, Twitter und Youtube: Auf diesen Social-Media-Plattformen tritt die Post ihren Kundinnen und Kunden als diskussionsfreudige Partnerin entgegen. Davon profitieren alle Beteiligten.**

«Ich habe mich in WebStamp eingeloggt, Briefmarken bestellen aber unmöglich», twittert eine Kundin @PostSchweiz. Bald darauf erhält sie eine Antwort von der Post: «Dein Brief-Aktivierungscode wurde nicht aktiviert und ist deshalb abgelaufen. Wir schicken dir gern einen neuen Code zu.» Das Problem der Kundin ist gelöst – schnell und unbürokratisch.

### Mit der Post auf Augenhöhe

Die Präsenz der Post auf Social-Media-Plattformen kommt bei ihren Kundinnen und Kunden gut an. Sie schätzen es, ihre Fragen und Anliegen auf sehr direktem Weg mitteilen zu können und rasch Antworten zu erhalten, die sie weiterbringen. Nicht selten erhält die Post auch einfach einmal ein Lob für ihre gute Arbeit – oder aber jemand macht seinem Ärger Luft. Für die Post sind sämtliche Rückmeldungen ihrer Kundinnen und Kunden wertvoll. Sie geben oft Anstösse, das Angebot oder bestimmte Prozesse weiter zu optimieren.

### Informationen aus erster Hand für Geschäftskunden

Über Social Media erhalten auch Geschäftskunden der Post topaktuelle Informationen und Tipps aus erster Hand. Mit ihnen kommuniziert die Post über einen gesonderten Twitter-Kanal. Auch ein Besuch auf Youtube lohnt sich: Hier stellt die Post mit unterhaltsamen und lehrreichen Videos sich selbst sowie ihre Produkte und Dienstleistungen vor. *an*

[facebook.com/swisspost](https://facebook.com/swisspost)  
[twitter.com/PostSchweiz\\_b2b](https://twitter.com/PostSchweiz_b2b)  
[youtube.com/swisspost](https://youtube.com/swisspost)



Neue Supportplattform für KMU mit internationalen Ambitionen

## <https://aussehandel.postfinance.ch>

**Unter dieser Adresse finden Schweizer KMU seit August 2013 eine neue Wissensplattform für den Aussenhandel. Experten geben hier wertvolles Wissen weiter zu Themen wie Risikomanagement, Logistik, Zahlungsverkehr oder E-Commerce.**

Schweizer KMU sind durchschnittlich in 2,6 Kontinenten aktiv. Zahlreiche Unternehmen haben den Schritt über die Grenze noch nicht gewagt, möchten aber neue Chancen ausserhalb der Heimat nutzen. Welche Fragen und Herausforderungen bewegen diese KMU? Mit einer breit angelegten Studie hat die Hochschule für Wirtschaft Freiburg genau hingesehen. Die Studienresultate – kostenlos online verfügbar – bilden die Grundlage für

die Themen auf der neuen Aussenhandelsplattform.

### Wissen, worauf man achten muss

Gerade beim wichtigen Thema Risikomanagement hat die Studie etliche Wissenslücken aufgedeckt. Folgerichtig präsentiert die Plattform eine ganze Reihe von Grundlagen und nützlichen Tipps zum richtigen Umgang mit Risiken. Und mit xRisk sogar ein Tool, mit dem KMU ihre Risiken sichtbar machen und berechnen können. Nützliches Know-how können sich Unternehmer auch in zahlreichen angebotenen Webinaren aneignen – zum Beispiel zum Thema Korruptionsprävention.

### Breite Unterstützung von der Post

Auf der neuen Aussenhandelsplattform bündelt die Post ihre zahlreichen Kompetenzen im internationalen Business. KMU finden unterstützende Informationen und konkrete Tipps für die Gebiete Zahlungsverkehr, Logistik, E-Commerce, Direct Marketing, Verzollung usw. Die Plattform soll dazu beitragen, dass Schweizer KMU ihre beträchtlichen Potenziale auf ausländischen Märkten noch besser nutzen können. *an*

Umfrage Kundenzufriedenheit

# Geschäftskunden loben die Post

**Stabile Werte mit leichter Tendenz nach oben: Die Resultate der Umfrage zur Kundenzufriedenheit zeigen, dass die Post auf dem richtigen Weg ist.**

Einmal pro Jahr führt die Post eine Kundenzufriedenheitsstudie durch: In einer breit angelegten Umfrage bittet ein unabhängiges Institut die Geschäftskunden der Post um deren Meinung über die Dienstleistungen und das Personal. Die Analyse der Resultate fliesst in Massnahmen ein, mit denen die Post ihre Angebote optimiert.

## Generell hohe Zufriedenheit

Die beiden Geschäftsbereiche PostMail und PostLogistics können ihre guten letztjährigen Werte halten und erreichen 78 von 100 möglichen Zufriedenheitspunkten. Sogar mit 82 Punkten honorieren die Geschäftskunden die Gesamtleistung des Bereichs Poststellen und Verkauf (plus 2 Punkte). Asendia Schweiz, zuständig für den internationalen Briefversand, steigert sich um 4 auf 79 Punkte.

## Verbesserungsmassnahmen greifen

Nicht zuletzt aufgrund von Kundenaussagen in vorherigen Umfragen hat die Post diverse Abläufe und Angebote optimiert. Die aktuellen Beurteilungen der Kunden zeigen, dass sich



Ihre Zufriedenheit ist uns sehr wichtig.

dies gelohnt hat. So sind die Geschäftskunden dank Verbesserungen bei der Sendungsverfolgung und der Problembearbeitung heute zufriedener mit dem Swiss-Express «Innight». Zudem herrscht bei Kunden des nationalen und des internationalen Versandes eine höhere Zufriedenheit bezüglich erhaltener Informationsmenge – dank Massnahmen in der Kommunikation von PostMail. *an*

PostParc

# Bern erhält ein lebendiges neues Zentrum

Adieu, Schanzenpost – willkommen, PostParc! Wo vor nicht allzu langer Zeit Briefe und Pakete sortiert wurden, entsteht derzeit ein neues städtisches Geschäftszentrum: direkt über den Gleisen des Hauptbahnhofs Bern. Ab 2015 wird der PostParc zum Anziehungspunkt für breite Bevölkerungskreise. In drei Gebäuden vermietet die Post an bester Lage über 40 000 Quadratmeter Fläche für den Detailhandel, die Gastronomie, Büros, Dienstleistungsbetriebe und Praxen. Mehr Infos über das Vermietungsangebot finden Sie auf [www.postparc.ch](http://www.postparc.ch). *an*



Imposant: der Neubau an der Schanzenstrasse.



PostParc-Eingang bei der Bahnhofspassierelle.

## Mehr Komfort für Empfänger

Mit neuen und ausgebauten Angeboten kommt die Post den Bedürfnissen ihrer Kunden entgegen. Zum Beispiel mit ihren empfängerorientierten Dienstleistungen:

- *Abend- und Samstagzustellung:* Paketsendungen kommen dann an, wenn die Kunden zu Hause sind.
- *pick@home:* Kunden können Retoursendungen zu Hause abholen lassen.
- *Postempfang steuern:* Kunden bestimmen online und via Smartphone, wo sie eine Sendung erhalten wollen.
- *PickPost-Integration in Webshops:* Onlinekunden können wählen, wo sie ihr Paket erhalten wollen – zu Hause oder an einer der schweizweit mehr als 700 PickPost-Stellen.
- *My Post 24:* Kunden können am Paketautomaten rund um die Uhr Pakete abholen, aufgeben und retournieren.



DM-Seminare

# Gewinnen Sie Wissensvorsprung!

**Holen Sie sich neue Ideen für Ihren Marktauftritt: Die Direct-Marketing-Seminare der Post vermitteln Ihnen topaktuelles Basis- und Spezialwissen in allen wichtigen Direct-Marketing-Disziplinen. Gewinnen Sie jetzt einen Gutschein für ein Seminar im Wert von bis zu 1360 Franken.**

Wissensvorsprung gleich Marktvorsprung: Die Direct-Marketing-Seminare der Post verschaffen Ihnen grosse Wettbewerbsvorteile. Setzen Sie eher auf Onlinemarketing? Oder überraschen Sie Ihre Kunden lieber mit kreativen Direct-Mailings? Wo auch immer Sie Ihre Direct-Marketing-Schwerpunkte legen: Es lohnt sich, im betreffenden Gebiet über aktuelles Wissen zu verfügen. Schliesslich hilft dieses Ihnen, mehr aus Ihrem Werbebudget zu machen.

### Know-how mit Praxisbezug

Topreferenten vermitteln Ihnen in den spannenden DM-Kursen Know-how mit hohem Praxisbezug. So erfahren Sie etwa, wie Sie Ihre Kundenschaft am wirkungsvollsten erreichen, wie Sie deren Aufmerksamkeit wecken oder Reaktionen auslösen. Vom Texten eines Werbebriefs über Suchmaschinenoptimierung bis hin zum Social Media Marketing – das Seminarangebot bietet eine grosse Vielfalt von Themen.

### Seminar im Wert von bis zu 1360 Franken zu gewinnen

Machen Sie jetzt mit bei unserer Verlosung – und mit ein wenig Glück gewinnen Sie einen Gutschein im Wert von bis zu 1360 Franken für ein Direct-Marketing-Seminar Ihrer Wahl! Die aktuellen Seminarangebote der Post finden Sie auf [www.post.ch/dm-seminare](http://www.post.ch/dm-seminare). Oder laden Sie die aktuellste Seminarbroschüre als PDF herunter: [www.post.ch/pm-dm-seminare-broschuere.pdf](http://www.post.ch/pm-dm-seminare-broschuere.pdf).

### Ausfüllen, abschicken, Wissen tanken

Senden Sie uns die beigelegte Antwortkarte ausgefüllt bis 31.12.2013 zurück. Sämtliche Seminare werden in deutscher Sprache geführt. Der Gutschein ist bis Ende 2014 gültig und kann für jedes DM-Seminar der Post eingelöst werden. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. *jme*

*Viel Glück!*

→ Mehr Informationen rund um den E-Commerce finden Sie in dieser Ausgabe auf Seite 7.

[www.post.ch/dm-seminare](http://www.post.ch/dm-seminare)

### Gratis Onlinekurs «Onlineshop»

Selbst wenn Sie den Wettbewerb nicht gewinnen sollten – einen Kurs haben Sie bereits auf sicher: In vier ausführlichen und gut verständlichen Kursteilen führt Sie die Post online durch das Thema «Onlineshop». Der Onlinekurs wird auf Deutsch, Französisch und Italienisch angeboten. Holen Sie sich kostenlos fundiertes Wissen über den Aufbau und Betrieb eines Shops im Internet.

[www.post.ch/onlinekurs-onlineshops](http://www.post.ch/onlinekurs-onlineshops)

