

DAS MAGAZIN FÜR UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

INFO POST

DEZEMBER 2015

Soziale Verantwortung

Die Post engagiert
sich das ganze Jahr

Seite 4

Zustellservices

Mehr Möglichkeiten
beim Paketempfang

Seite 8

DIE POST 

Gelb bewegt.

Zustellung vor Weihnachten – letzte Aufgabezeiten

Briefe und Pakete rechtzeitig versenden

Ob Sie Pakete oder Weihnachtskarten an Ihre Kunden senden oder Ihre Lieben mit einem schönen Geschenk überraschen wollen: Beachten Sie bitte die letzten möglichen Aufgabezeiten in der Tabelle, und Ihre Sendungen bereiten den Empfängern noch vor Weihnachten viel Freude.



Briefe		Pakete	
Schweiz			
Swiss-Kurier «Standard» ^{1,2}	24.12.15	Swiss-Kurier «Standard» ^{1,2}	24.12.15
Swiss-Express «Mond» ³	23.12.15	Swiss-Express «Mond» ³	23.12.15
Swiss-Kurier «Blitz» ^{2,4}	23.12.15	Swiss-Kurier «Blitz» ^{2,4}	23.12.15
A-Post	23.12.15	PostPac PRIORITY ⁸	23.12.15
B-Einzelsendung	21.12.15	PostPac ECONOMY	22.12.15
B-Massensendung	16.12.15	Samstagszustellung ⁵	18.12.15
		VinoLog ⁹	22.12.15
		Für die Abendzustellung gleichentags	
		Swiss-Kurier ⁶	23.12.15
		DIRECT ⁶	23.12.15
		Für die Abendzustellung am Folgetag	
		PostPac PRIORITY ⁶	22.12.15
		PostPac ECONOMY ⁶	21.12.15
		VinoLog ^{6,10}	21.12.15
Europa			
URGENT Dokumente ⁷	21.12.15	URGENT Waren ⁷	18.12.15
PRIORITY	14.12.15	GLS-Pakete ¹¹	16.12.15
ECONOMY	07.12.15	PRIORITY	09.12.15
		ECONOMY	02.12.15
Übrige Länder			
URGENT Dokumente ⁷	18.12.15	URGENT Waren ⁷	17.12.15
PRIORITY	07.12.15	GLS-Pakete ¹¹	11.12.15
ECONOMY	30.11.15	PRIORITY	02.12.15
		ECONOMY	25.11.15

- ¹ Annahme am 24. und 31.12. nur bis 11 Uhr.
- ² Dienstleistung wird an Samstagen nicht angeboten.
- ³ Zustellung von Swiss-Express «Mond» am 24.12.2015 bis 11 Uhr anstatt bis 9 Uhr.
- ⁴ Kein Angebot am 24. und 31.12.
- ⁵ Keine Samstagszustellung am 26.12. und 2.1.
- ⁶ Keine Abendzustellung am 24. und 31.12.
- ⁷ Beförderungszeiten gelten nur für die Wirtschafts- und Ballungszentren. Genaue Beförderungszeiten pro Land können im Internet in den Informationen international unter post.ch/info-int oder unter der Gratisnummer URGENT 0800 45 45 45 abgefragt werden.
- ⁸ Bitte beachten Sie die jeweiligen Annahmeschlusszeiten.
- ⁹ Für Grosskunden mit Abholung erfolgt die Zustellung am 24.12. (bzw. Aufgabe am 29.12. für die Zustellung am 31.12.). Für alle übrigen Kunden gelten zwei bis vier Werktage für die Zustellung.
- ¹⁰ Nur für Grosskunden mit Abholung. Für alle übrigen Kunden gelten zwei bis vier Werktage für die Zustellung.
- ¹¹ Genaue Beförderungszeiten pro Land können im Internet unter swisspost-gls.ch oder unter der Telefonnummer 0848 858 686 abgefragt werden.

post.ch/weihnachtspost

Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Wankdorffallee 4, 3030 Bern | infopost@post.ch, post.ch/infopost
 Redaktion: Post CH AG: Felix Wiesendanger (fw), Benjamin Jordi (bj) | Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern
 BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuwenschwander (an) | Lukas Schmid, Text & Konzept: Lukas Schmid (ls)
 Druck: Stämpfli AG, Bern | Adressänderungen: infopost@post.ch | Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.



MIX
 Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C005019

Gewinnen Sie einen Preis für Ihre Festtagskarte

Erzielt Ihre diesjährige Festtagskarte einen Wow-Effekt? Dann nichts wie los: Nehmen Sie teil an unserem Wettbewerb und gewinnen Sie den begehrten Nicolas-Award.

Schon bald füllen sich landauf, landab die Briefkästen mit Festtagsgrüssen. Wie kann man aus der Masse von Karten hervorstechen und seinen Kunden und Geschäftspartnern einen besonderen Dank

für die gute Zusammenarbeit überbringen? Die Teilnehmer des Prix Carte de Noël zeigen, wie das geht.

Packen Sie Ihre Chance

Haben Sie ein besonders gelungenes Festtagsmailing kreiert? Dann reichen Sie dieses bis am 24. Dezember ein. Die Post kürt drei Gewinner in den Kategorien «Die Schönste», «Die Passendste» und «Die Aussergewöhnlichste» und verleiht ihnen den «Nicolas»-Award. Wer weiss: Vielleicht ziert der «Nicolas» schon bald Ihr Regal, und Ihre Arbeit steht prominent im Rampenlicht. Teilnehmen können Schweizer Unternehmen oder Organisationen, die eine individuelle, gedruckte Festtagskarte 2015 gestaltet und diese per Post versendet haben. ■ an



Bis 24. Dezember einreichen und gewinnen!

Mitmachen und gewinnen

Einreichformular und Teilnahmebedingungen 2015 sowie letztjährige Gewinner: post.ch/nicolas

Postkarten ganz einfach online gestalten

Mit PostCard Creator kreieren Sie Ihre Postkartenmailings rasch und professionell. Die Post übernimmt anschliessend den Druck und den Versand.

Weihnachtsgrüsse mit PostCard Creator gestalten und versenden – einfacher gehts nicht: Wählen Sie ein Postkartenformat, laden Sie Ihre Bilder und Ihr Logo hoch, geben Sie den Text ein – und schon ist Ihr Mailing so gut wie fertig. Jetzt noch kurz die Empfängeradressen importieren und danach entspannt zurücklehnen. Die Post kümmert sich um den Druck und versendet das Festtagsmailing pünktlich zum gewünschten Zeitpunkt direkt an die Empfänger. So funktioniert PostCard Creator.



Effizient und kreativ zugleich

Die mit wenigen Klicks gestalteten Postkarten in den herkömmlichen Formaten bieten viel Platz für Ihre Botschaften. Mit besonderen Formen – zum Beispiel mit Stanzungen – erzielen Sie bei den Empfängern maximale Aufmerksamkeit. Lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf. Übrigens ist PostCard Creator auch ausserhalb der Festtage äusserst nützlich. Damit können Sie Mailings mit Rückantwort- oder Gutscheinkarten erstellen und Ihre Kunden auf sympathische Weise auf Ihre Sonderangebote, Messeauftritte oder Kundenanlässe aufmerksam machen. ■ an

post.ch/postcardcreator

Soziale Verantwortung

Ihre Post engagiert sich 365 Tage im Jahr



«2 x Weihnachten»-Sonderaktion am 30.12.2014 auf dem Münsterplatz in Bern.

Die Post nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst. Mit der Aktion «2 x Weihnachten» ist sie in der Adventszeit aktiv. Doch ihr Engagement ist nicht nur am Jahresende spürbar.

Den Überfluss in Umlauf bringen

Seit 1997 führt die Post gemeinsam mit ihren Partnern SRG SSR und dem Schweizerischen Roten Kreuz (SRK) die Aktion «2 x Weihnachten» durch. Die Bevölkerung kann an den Poststellen Pakete mit Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs abgeben. Letztes Jahr waren es deren 71 000! Die Post befördert die Pakete von «2 x Weihnachten» auch dieses Jahr kostenlos zum SRK, welches die Verteilung an Bedürftige in der Schweiz und im Ausland organisiert. Die Pakete können vom 24. Dezember 2015 bis 9. Januar 2016 gratis in jeder Poststelle aufgegeben werden. Ideal für Geschäftskunden ist die Online-Spende auf 2xweihnachten.ch – etwa in Verbindung mit einer entsprechenden Botschaft auf der Festtagskarte.

Wissen, Bewusstsein und Know-how fördern

Auch ausserhalb der Festtage engagiert sich die Post. So etwa als Trägerin des College for Collaborative Mobility, wo künftige Mobilitätsexperten beim Entwickeln von nachhaltigen Mobilitätskonzepten gefördert werden. Oder im Museum für Kommunikation, wo die Post als Stiftungsträgerin wirkt. Weitere Beispiele sind die Unterstützung der Pro-Juventute-Briefmarkenaktionen, kostenlose Lehrmittel für Schulen zum Thema Kommunikation oder der Support von Postorganisationen in Entwicklungsländern. ■ an

post.ch/sozio-sponsoring

Kundenzufriedenheit 2015

Postkunden vergeben erneut gute Noten

Die alljährliche Befragung der Geschäftskunden zeigt, dass diese einmal mehr sehr zufrieden mit den Dienstleistungen der Post sind.

Sehr gute Noten gibt es erneut für die Poststellen mit 82 von 100 möglichen Punkten. Den nationalen Briefversand bewerten die Geschäftskunden 2015 zum zweiten Mal in Folge mit sehr hohen 79 Punkten. Erfreulich sind auch die Resultate im internationalen Briefversand: Er erreicht im laufenden Jahr wiederum solide 77 Punkte in der Gesamtzufriedenheit. Mit der gleichen Punktzahl bewerten Geschäftskunden den Logistikbereich der Post.

Kompetente und freundliche Mitarbeitende

Die Poststellen werden speziell für das Verkaufspersonal gelobt (88 Punkte), und auch die Kunden mit nationalen und internationalen Briefversänden

schätzen insbesondere die individuelle Beratung (92 Punkte) durch die Post-Mitarbeitenden. Im Logistikbereich erhalten die Kundenberatung (89 Punkte), die Fahrer/-innen für die Abholung (80 Punkte) und die Zustellboten/-innen (80 Punkte) ausgezeichnete Noten.

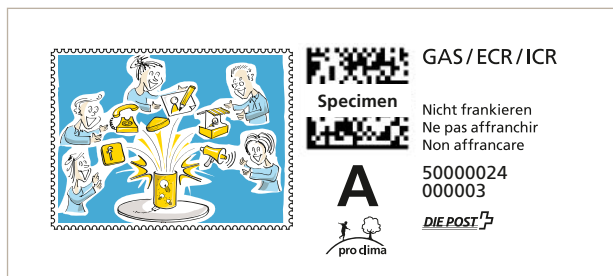
Kundenzufriedenheit wird jährlich gemessen

Die jährliche Kundenzufriedenheitsmessung ist für die Post gleichsam «die Stunde der Wahrheit»: Ein unabhängiges Marktforschungsinstitut befragt jeweils telefonisch, schriftlich und online rund 7000 Geschäftskunden zu ihrer Zufriedenheit mit den verschiedenen Dienstleistungen. Die Umfrage ermöglicht es der Post, Rückmeldungen der Kunden zur Qualität ihrer Dienstleistungen zu erhalten und sich laufend zu verbessern. ■ bj

post.ch/kundenzufriedenheit15

Den Response mit wenigen Klicks auswerten

Mit der neuen Geschäftsantwortsendung mit Datamatrix Code (GAS DMC) werten Sie den Erfolg Ihrer Kundeninteraktion einfach und komfortabel aus. Ausserdem erhalten Sie mehr Platz für Ihre Werbebotschaften.



Der Einsatz eines vorfrankierten Antwortelementes lohnt sich immer, wenn Sie eine Antwort wünschen. Dazu eignet sich die vorfrankierte Geschäftsantwortsendung seit jeher ausgezeichnet. Neu bietet die Post Ihnen neben der herkömmlichen Geschäftsantwortsendung (GAS) die Geschäftsantwortsendung mit Datamatrix Code (GAS DMC) an. Dank der modernen Gestaltung profitieren Sie von einer grösseren Werbezone. Zudem können Sie mit dem kundenindividuellen Datamatrix Code den Response einzelner Aktionen und Kampagnen online mit ein paar

wenigen Klicks auswerten. Geschäftsantwortsendungen mit Datamatrix Code können ab sofort für Antwortkarten und -umschläge bis zum Format B5 realisiert werden. Wenden Sie sich einfach an Ihren Kundenberater. Er zeigt Ihnen gerne, wie Sie sie optimal einsetzen können, und hilft Ihnen bei der Realisierung. ■ an

Übrigens: Bis 30. Juni 2016 erhalten Sie 40 Prozent Rabatt auf die Handlinggebühr für zurückgeschickte Geschäftsantwortsendungen mit Datamatrix Code (GAS DMC).

post.ch/gas

Kundenbindung

Perfekte Logistik macht aus Kunden Fans

Je reibungsloser und angenehmer das Einkaufserlebnis, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden wiederkommen. Die Lösungen der Post machen Onlinehändler und ihre Kunden gleichermaßen glücklich.

Zum Kauf von Waren genügen heutzutage ein paar Klicks am PC oder Fingerübungen mit dem Smartphone. Verständlich, dass Kundinnen und Kunden ihre Bestellung danach möglichst rasch in den Händen halten möchten.

Die Post hat eine Reihe von Dienstleistungen eingeführt, die den Komfort und die Flexibilität beim Paketempfang massiv erhöhen. Dazu zählen Abend- und Samstagzustellungen, die Ankündigung der Lieferung per SMS oder E-Mail, die My Post 24-Automaten oder der Aufstellservice, mit dem die Post Produkte wie Möbel oder Fernseher beim Kunden aufbaut und in Betrieb nimmt. Den Gewinn an Convenience und Geschwindigkeit danken die Kundinnen und Kunden mit hoher Zufriedenheit und letztlich mit Treue zum Händler.

Outsourcing setzt Kräfte fürs Kerngeschäft frei

Aufbau und Betrieb einer flexiblen, schnellen Logistik mit leistungsfähiger IT und komfortablen Lieferservices sind eine grosse Herausforderung für ein Unternehmen. Immer mehr Onlinehändler lagern ihre Logistik deshalb an einen Dritt-

anbieter aus und konzentrieren sich ganz auf den Ein- und den Verkauf sowie das Marketing ihrer Produkte. Mit YellowCube bietet die Post eine umfassende Logistikköslung für den Versandhandel. Das Leistungsspektrum erstreckt sich vom Wareneingang über die Lagerung und die Kommissionierung bis zu der Verpackung, einem raschen Versand und dem Retourenmanagement. Vor allem kleinere und mittlere Onlinehändler profitieren von Strukturen, über die sonst nur Grossanbieter verfügen. Aber auch bedeutende Unternehmen erzielen mit Services der Post positive Effekte, wie das Interview mit Logistikleiter Karsten Bast von Interio auf den nachfolgenden Seiten zeigt. ■ Is

post.ch/paketwelt
post.ch/yellowcube



Flexible Lösungen für den Paketempfang freuen Kunden und Händler.



«Wir haben sehr viele positive Rückmeldungen erhalten.»

Karsten Bast, Logistikleiter Interio AG

Interio

Schöner wohnen: Die Post liefert und montiert landesweit Möbel für Interio

Die Einrichtungshäuser von Interio und der gleichnamige Onlineshop versorgen die ganze Schweiz mit Möbeln und Accessoires. Bei Auslieferung und Montage der Ware erleben die Kundinnen und Kunden eine kleine Überraschung: Für diese Aufgabe vertraut Interio landesweit auf die Dienste der Post.

In ländlicher Umgebung im luzernischen Nebikon betreibt die Interio AG ihr zentrales Lager. Die mächtigen Sattelschlepper, die von dort aus mit Möbeln starten, sind jedoch nicht zu Kundinnen und Kunden von Interio unterwegs, sondern zu zwei Hubs der Post in Dintikon und Dailens. Karsten Bast, Logistikleiter Interio AG, hat mit der Neuorganisation der Lieferkette positive Erfahrungen gesammelt.

Herr Bast, wie war die Interio-Heimlieferung vorher organisiert?

Karsten Bast (K.B.): Vor der Umstellung waren die Heimlieferung und der Aufstellservice dezentral über regionale Partner organisiert.

Was gab den Ausschlag für den Systemwechsel?

K.B.: Es war nicht die Dienstleistungsqualität der regionalen Partner, die den Ausschlag gegeben hat, sondern vielmehr die Entwicklung im Markt. Interio hat 2013 den Onlineshop eingeführt und gleichzeitig wurde die Heimlieferung mit Montage forciert. Die steigende Zahl der Heimlieferungen führte im bestehenden Netz immer häufiger zu Kapazitätsengpässen.

Wann wurde mit der Dienstleistung gestartet?

K.B.: Die Post hat die Dienstleistung der Heimlieferung mit dem Start des Onlineshops im Juli 2013 übernommen. Die Umstellung auf den nationalen Lieferservice mit Montage hat ab April 2015 stattgefunden.

Wie viele Lieferungen werden pro Jahr durch die Post ausgeführt?

K.B.: Wir befinden uns immer noch im ersten Jahr der nationalen Zusammenarbeit. 2014 hat Interio rund 28 000 Aufträge mit Heimlieferung abgewickelt. Im Jahr 2015 werden es möglicherweise noch einige mehr sein.

Welche Vorteile ergaben sich für Interio durch die Zusammenarbeit mit der Post?

K.B.: Die Prozesse konnten vereinheitlicht und

vereinfacht werden, was auch bei Interio intern zu mehr Effizienz geführt hat. Gleichzeitig konnten die Lieferkosten für unsere Kunden harmonisiert und gesenkt werden.

Wie oft wird ein Zusammenbau/Aufbau gewünscht?

K.B.: Der Anteil an Heimlieferungen mit Montage liegt bei rund 60%, wobei einfache Montagen nicht eingerechnet sind.

Wie kommt die Dienstleistung bei den Kundinnen und Kunden an?

K.B.: Grundsätzlich sehr gut. Wir haben sehr viele positive Rückmeldungen erhalten. Es gibt aber auch Feedbacks, die uns Verbesserungspotenzial aufzeigen. Diese nehmen wir sehr ernst, analysieren sie gemeinsam mit der Post und lassen Erkenntnisse rasch in den Prozess einfließen. Das Ziel ist es, dass die Lieferteams stets professionell, kompetent und als Dienstleister auftreten. Das ist der Schlüssel zum Erfolg.

Sind Kundinnen und Kunden überrascht, dass Mitarbeitende der Post das Aufstellen übernehmen?

K.B.: Ja! Wir wurden schon gefragt, ob denn der Zusteller die Möbel bringt (lacht). Dem ist natürlich nicht so. Dass die Post längst auch in anderen logistischen Bereichen aktiv ist, muss sich halt erst noch herumsprechen.

Würden Sie sich wieder für die Post entscheiden, wenn Sie ein ähnliches Outsourcing-Projekt starten müssten?

K.B.: Da muss ich klar Ja sagen. Das Engagement der Verantwortlichen bei der Post während der Evaluationsphase und nach der Umstellung hat uns beeindruckt. Man spürte, dass die Post diesen Auftrag will – und ihn gut machen will. Das ist für mich die Basis für eine gute Zusammenarbeit. ■ Is

post.ch/aufstellservice
interio.ch

Zustellservices

Aufwind für den Schweizer E-Commerce

Die Post baut bestehende Services in der Paketzustellung aus und entwickelt laufend neue Angebote. Das Ziel: Im Lauf von 2016 können Kunden ihre Pakete absolut flexibel empfangen und selber online steuern.

Diesen Herbst hat die Post neue, wegweisende Services eingeführt, welche die Flexibilität beim Paketempfang weiter erhöhen. Die nachfolgend vorgestellten Dienstleistungen «Login Post Connector» und «Meine Sendungen» zeigen schon jetzt, wohin die Reise geht: In naher Zukunft sollen die Kunden selbst bestimmen können, wann und wo sie ihre Pakete erhalten wollen – und nie mehr ein Paket verpassen. ■ Is



Neue Services in der Paketzustellung: So macht Onlineshopping Freude.



Login Post Connector

Mehr Online-Verkäufe dank vereinfachtem Login

Die Dienstleistungen der Post im E-Commerce sorgen schweizweit für reibungsloses Onlineshopping. Der neu lancierte Login Post Connector macht den Einkauf im Internet noch bequemer.

Der Login Post Connector bietet Onlineshoppern ein einziges, vertrauenswürdiges Login für alle angeschlossenen Shops. Name, Adresse, E-Mail-Adresse, Handynummer sowie alternative Lieferadressen stehen in allen Onlineshops automatisch zur Verfügung und müssen nicht mehr jedes Mal erfasst werden. Besonders komfortabel: Die Zustellung an eine PickPost-Stelle oder an einen My Post 24-Automaten ist in jedem Shop automatisch verfügbar. ■ Is

post.ch/login-post-connector

Code scannen und Film ansehen.



Meine Sendungen

Alle Sendungen im Überblick

In ihrem Kundenprofil auf der Website der Post haben Kunden jederzeit den Überblick über all ihre Pakete und eingeschriebenen Briefe. Im Lauf von 2016 lassen sich diese individuell steuern.

Seit Ende November steht Kunden, die über ein Benutzerkonto im Kundencenter auf der Website der Post verfügen, die Übersicht «Meine Sendungen» zur Verfügung. Dort werden alle Sendungen, die gerade zu ihnen unterwegs sind oder die sie verpasst haben, automatisch angezeigt – nebst Paketsendungen auch eingeschriebene Briefe. Zusatzinformationen wie Absender, Sendungsart, Gewicht und Abmessungen können ebenfalls eingesehen werden. Für verpasste Sendungen ist die erneute Zustellung steuerbar. Es kann zum Beispiel eine zweite Zustellung oder eine Weiterleitung an einen anderen Empfangsort (PickPost, My Post 24 usw.) bestellt werden. Im Lauf von 2016 sind zudem Wahlmöglichkeiten vor der ersten Zustellung vorgesehen.

Entlastung für den Kundendienst

Vom zusätzlichen Komfort profitieren nicht nur die Empfängerinnen und Empfänger. Auch Unternehmen schätzen es, wenn ihre Kundinnen und Kunden automatisch über die Lieferung auf dem Laufenden sind. Dies entlastet den eigenen Kundendienst, da der Erhalt der Sendungen von den Empfängerinnen und Empfängern besser verfolgt und gesteuert werden kann. ■ Is

post.ch/meine-sendungen

Elektronische Einfuhrverzollung für Deutschland

Einfacher EU-Export trotz neuer Gesetze

Deutschland hat seine Zollgesetze angepasst. Mit Swiss Post GLS bleibt der Export in die EU via Deutschland trotzdem unkompliziert und günstig.

Für Exporte von der Schweiz nach Deutschland änderten sich am 1. November 2015 die gesetzlichen Bestimmungen. Neu muss jede einzelne Sendung elektronisch angemeldet und einzeln verzollt werden. Das verursacht deutlichen Mehraufwand. Mit dem richtigen Partner bleibt für Schweizer Exporteure jedoch alles im grünen Bereich: Dank der elektronischen Verzollungslösung von Swiss Post GLS können die Exporte in die EU via Deutschland auch nach dem Inkrafttreten der Gesetzesänderung ohne zusätzlichen Aufwand und gesetzeskonform abgewickelt werden.

Direkte Anbindung der Kunden-IT

Das kundeneigene elektronische Warenbewirtschaftungssystem wird dazu direkt ans Netzwerk von Swiss Post GLS angeschlossen. Die Sendungsdaten werden elektronisch an Swiss Post GLS übermittelt, automatisch verarbeitet, gesetzeskonform an den deutschen Zoll übermittelt und die verzollten Pakete zuverlässig und nachverfolgbar ausgeliefert.

Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis

Die elektronische Veranlagungsverfügung (Ausfuhr Schweiz und Einfuhr Deutschland) steht nach der Verzollung papierlos zur Verfügung. Dadurch wird eine hohe Automatisierung der Verzollungsprozesse erreicht, was Zeit und Kosten spart: Die neue Lösung verfügt über das beste Preis-Leistungs-Verhältnis auf dem Markt. ■ Is

post.ch/einfuhr-deutschland

Direct Marketing

Wirkungsvolle Zutaten für Ihren DM-Erfolg

Als Spezialistin für wirkungsvolles Direct Marketing unterstützt Sie die Post auf breiter Front beim Planen und Umsetzen Ihrer Massnahmen. In den neu überarbeiteten Publikationen finden Sie alles, was Sie für erfolgreiche DM-Aktivitäten benötigen. Profitieren Sie vom Know-how der Post – und holen Sie sich aktuelles Wissen.

Mailing-Guide: in neun Schritten zum Mailingkonzept

Der Mailing-Guide führt Sie online in neun Schritten durch den gesamten Mailingprozess – von der Situationsanalyse über die Kernidee bis hin zur Erfolgskontrolle. Zu jedem Prozessschritt erhalten Sie praktische Tipps, Checklisten und Vorlagen. Das zentrale Arbeitsinstrument des Mailing-Guide ist der kostenlose Mailingkonfigurator. Er generiert aus Ihren Angaben ein fertiges Mailingkonzept.

Kostenloser Onlinedienst
(deutsch, französisch, italienisch)
post.ch/ mailing-guide

DirectFacts: Ihre kompakte Planungshilfe

Im handlichen DirectFacts im Taschenformat finden Sie nützliche und aktuelle Informationen zu einem breiten Themenspektrum: so etwa den Vergleich verschiedener Dialogmedien, eine Übersicht der Versandprodukte und -preise, Planungsdaten und wertvolles Wissen zur Adresspflege oder Formeln für Ihre Erfolgskontrolle.

Kostenlos (deutsch und französisch)
post.ch/ directfacts

DM-Seminare: von den Besten lernen

Planen Sie schon jetzt Ihren Wissensvorsprung für 2016. Das neue Seminarprogramm für das 1. Halbjahr 2016 bietet eine grosse Auswahl an lehrreichen Kursen rund ums Direct Marketing. Topreferenten aus verschiedenen Sparten vermitteln Know-how mit viel Praxisbezug.

Programm (deutsch)
post.ch/ dm-seminare
post.ch/ directpoint

DirectCalendar: Gutes Timing ist alles

Unverzichtbar für eine solide Planung: Der DirectCalendar enthält alle relevanten Daten und Termine – z.B. Schulferien und Feiertage pro Land, Region oder Kanton, Messen, Events, Branchen- und Sportanlässe usw. Wer also den Versandzeitpunkt seiner Mailings sorgfältig vorbereiten möchte, setzt auf den DirectCalendar. Erhältlich als gedruckte Version oder umfassender als Onlinetool.

Kostenlos (deutsch, französisch, italienisch)
post.ch/ directcalendar

DirectCases: Inspirationen für frische Ideen

Das Booklet präsentiert Ihnen besonders erfolgreiche Mailings, die Schweizer Unternehmen eingesetzt haben. Unter dem Thema «Customer Journey» vermittelt es Ihnen anschaulich, wie Sie Kunden gewinnen, an sich binden oder zurückholen können. Lassen Sie sich inspirieren. ■ an

Kostenlos (deutsch und französisch)
post.ch/ directcases



Wissen und Inspiration für erfolgreiche DM-Aktionen.

Werbesendungen erhalten mehr Reichweite

Neue Chancen für Geschäftskunden der Post: Sie können ihre Werbung ab Anfang 2016 auch an Konsumentinnen und Konsumenten mit «Stopp Werbung»-Kleber am Briefkasten versenden. Möglich macht dies die «Angebote auf Wunsch»-Plattform. Hier wählen Empfänger, von welchen Unternehmen sie trotz «Stopp»-Kleber Werbesendungen erhalten möchten.

Anna Suter hat einen «Stopp Werbung»-Kleber an ihrem Briefkasten. Seit sie stolze Besitzerin einer Katze ist und vom Nachbarn ein Stück Garten zur Nutzung erhalten hat, interessiert sie sich für entsprechende Produkte. Sie fände es praktisch, wenn sie von Katzenfutter- und Gartenartikelanbietern Informationen zu Angeboten erhalten würde. Dank dem neuen Service «Angebote auf Wunsch» kann sie ab 2016 ausgewählten Anbietern erlauben, sie trotz des Klebers am Briefkasten mit Informationen zu versorgen.

Einfach für Konsumentinnen und Konsumenten

Ein paar wenige Klicks auf die Logos ihrer bevorzugten Anbieter auf der «Angebote auf Wunsch»-Plattform – und schon hat Anna Suter diesen erlaubt, ihr Werbesendungen zuzustellen. Der Service ist für sie kostenlos, und sie kann die Liste der berechtigten Anbieter jederzeit einfach anpassen.



Erreichen Sie Kunden, die sich bewusst für Ihre Marke entschieden haben.

Attraktiv für Unternehmen

Geschäftskunden der Post haben auf der «Angebote auf Wunsch»-Plattform mit ihren Logos einen starken Auftritt. Sobald ein Anbieter von Kunden «abonniert» wird, werden dessen zuvor unadressierte Werbesendungen in adressierte Mailings umgewandelt. Die Post selektiert die Adressen und überprüft die Zustellbarkeit. Adressierung und Kuvertierung erfolgen daraufhin in der Druckerei bzw. im Lettershop.

Die zusätzlichen Empfänger von «Angebote auf Wunsch»-Sendungen sind für Unternehmen besonders wertvoll. Denn diese haben sich bewusst

für die Zustellung ihrer Angebote entschieden. Entsprechend hoch fallen die Beachtungs- und Responsewerte aus. Zudem entstehen weniger Streuverluste, und die Reichweite des Werbemailings wird erhöht, da es zusätzlich an Haushalte verschickt wird, die einen «Stopp»-Kleber haben, ausserhalb des Streugebiets wohnen oder nicht in der Kundendatenbank vorhanden sind. Unternehmen, die von den Vorteilen von «Angebote auf Wunsch» profitieren möchten, sprechen am besten bald mit ihrem Kundenberater: Im Kreis der ersten Anbieter im neuen System verschaffen sie sich einen wertvollen Vorsprung. ■ an

post.ch/angebote-auf-wunsch-business

Kleinwarenversand ins Ausland wird günstiger

Die Mehrzahl der Angebote und Preise der Post bleibt im kommenden Jahr unverändert. Von Anpassungen betroffen ist der Auslandversand von Einzelbriefen.

Einzelsendungen ins Ausland per Gross- und Maxibrief International werden ab 1.1.2016 um bis zu zwei Franken günstiger. Eine leichte Erhöhung um zehn Rappen erfahren die Preise von Ausland-Standardbriefen bis 20 Gramm – dies aufgrund gestiegener Kosten in den Bestimmungsländern. Die Preise für A- und B-Briefe sowie für Inlandpakete bleiben unverändert. Die Kundenberater der Post stehen Geschäftskunden für Informationen zu ihren individuellen Konditionen gerne zur Verfügung. ■ an

post.ch/angebot16

**LESER-
ANGEBOT**

Dispobox

Mehrwegverpackungen sind gut für Image und Budget

Mit der Dispobox, der gelben Mehrwegverpackung der Post, versenden Sie Waren ökonomischer und ökologischer als mit Kartonschachteln.

In der Vorweihnachtszeit herrscht in den Versandabteilungen und den internen Postbüros von Schweizer Unternehmen Hochbetrieb. Kartonverpackungen stapeln sich bis zur Decke, Füllmaterial steht säckeweise herum und jede Schachtel muss erst aufgefaltet werden, bevor sie verwendet werden kann. Es sei denn, Ihr Unternehmen arbeitet mit der Dispobox der Post – dann können Sie die Vorweihnachtszeit wesentlich entspannter angehen.

Schlankes Lager, kostenlose Lieferung

Die gelben Mehrwegverpackungen aus schlagfestem Kunststoff sind in sieben Grössen erhältlich und ihr Inhalt kann problemlos mit Plomben gesichert werden. Die Lieferung der frisch gereinigten Boxen erfolgt immer dann, wenn Sie Nachschub benötigen – just-in-time und ab 50 Stück sogar kostenlos. Einfach bis 11 Uhr morgens

online bestellen, und am nächsten Tag werden die Boxen geliefert. Das hält die Lagerfläche klein und dennoch ist immer eine passende Verpackungslösung zur Hand. Nur befüllen müssen Sie die Boxen noch selbst.

Ihre Kunden schätzen die Rücknahme von Verpackungsmaterial

Ein grosser Vorteil der Dispobox besteht darin, dass das Füllmaterial mitsamt der Dispobox vom Boten gleich wieder mitgenommen wird. Das entlastet Ihre Kunden von lästigen Abfallbergen und schont gleichzeitig die Umwelt.

Die ökologische Mehrwegverpackung

Obwohl aus Kunststoff, verfügt die Dispobox dank ihrer x-fachen Wiederverwendbarkeit über eine gute Umweltbilanz. Davon profitiert auch Ihr Image: Mit der Verwendung der Dispobox positionieren Sie sich beim Empfänger als umweltbewusstes, modernes Unternehmen. ■ Is

post.ch/dispobox



Gewinnen Sie 5 × CHF 200.– Porto!

Die Vorteile der Dispobox erschliessen sich einem sofort, wenn man sie erst einmal getestet hat. Mit etwas Glück machen Sie die Probe aufs Exempel kostenlos: Wir verlosen 5 × CHF 200.– Porto.

So machen Sie mit

Füllen Sie die beigelegte Antwortkarte aus und senden Sie sie bis 18.12.2015 zurück. Teilnahmeberechtigt sind alle Geschäftskunden der Post mit einer Franquierlizenz für den Paket- und Expressversand. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über die Verlosung wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.