

LA RIVISTA PER I NOSTRI
CLIENTI COMMERCIALI

CONCRETO

LUGLIO 2016

**Strategie per
l'evoluzione digitale**

Un mix intelligente
per trasporti rapidi

Più consulenze grazie
a procedure più snelle

Ausili efficaci per
il vostro business

LA POSTA 

Dinamismo giallo.

Care lettrici, cari lettori,

al giorno d'oggi le auto sono molto più sicure ed ecologiche rispetto a dieci anni fa. Questo anche grazie a un numero crescente di ausili digitali che dosano le frenate, avvertono della presenza di ostacoli e migliorano le prestazioni dei motori.

Con le nostre soluzioni elettroniche, offriamo anche a voi degli ausili digitali per la vostra azienda che ottimizzano le vostre procedure, evitano investimenti e consentono di realizzare servizi customer-friendly, mentre voi potete concentrarvi appieno sui vostri obiettivi.

Ma desideriamo sostenervi anche in modo molto «Concreto», con esempi tratti dalla pratica, retroscena sui nostri servizi e pareri di esperti indipendenti. La chiara leggibilità dei testi e l'impianto moderno dei contenuti vi aiutano a comprendere meglio le offerte della Posta e a sfruttarle in modo più semplice.

Vi auguro una lettura piacevole e stimolante.



Mark Ehram
Responsabile Gestione prodotti E-commerce, Posta Svizzera

In questo numero

Altri temi

- Sdoganamento UE automatizzato 8
- La rubrica di Nicole Althaus 14
- Concorso 14



In primo piano

Ridurre l'e-complessità

Oggi per La Redoute lo shop online è il fulcro della propria attività. Il COO Antoine Thooris discute insieme a Edy Portmann dell'Università di Berna e all'esperto della Posta Paul Walker sulle modalità con cui gli operatori del commercio per corrispondenza possono affrontare la complessità dell'e-commerce e costruire attivamente il proprio futuro digitale.

Ultime notizie

«DM Life Time Award» per la cuoca nazionale

Grazie a ricette riuscitissime e al marketing diretto, Betty Bossi ha conquistato la Svizzera. Per questi meriti la cuoca immaginaria è ora stata insignita del primo «DM Life Time Award». [▶post.ch/sdv-award](https://post.ch/sdv-award)

Un mito in formato francobollo

La galleria di base del San Gottardo è una delle opere del secolo. Lo speciale francobollo «Gottardo 2016» offre un tributo altrettanto unico a questo mito: contiene infatti vera roccia del Gottardo. [▶postshop.ch](https://postshop.ch)

Il mercato bernese sperimenta il recapito in giornata

Kaloka.ch è il nuovo mercato online di Berna. Il sito si distingue per le offerte locali e per le consegne rapide nello stesso giorno dell'ordine. [▶kaloka.ch](https://kaloka.ch)



Una rete speciale per una logistica intelligente

Con PostGrid, dalla fine di marzo la Posta sta testando una speciale rete wireless per il cosiddetto internet delle cose. Essa consente di interconnettere in modo conveniente qualsiasi oggetto – dai veicoli ai pacchi passando per le cassette delle lettere. Tramite appositi sensori è possibile innescare reazioni, ad esempio quando la temperatura di una spedizione supera un valore critico. Questo sistema permette di collegare tutta la filiera senza soluzione di continuità. Il dispositivo del cliente, ad esempio, può ordinare autonomamente del materiale di consumo non appena si esaurisce. E a seguire anche la consegna avviene in modo automatizzato.

► posta.ch/internet-delle-cose16



9

Servizi in concreto

Il trasporto combinato supera gli incolonnamenti e preserva l'ambiente.

10

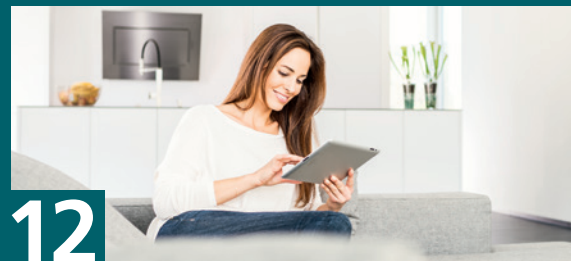


Business in concreto

La Banca Linth punta coerentemente sulla consulenza personale.

Offerte

Nuove soluzioni della Posta e strumenti pratici per far evolvere la vostra azienda.



12

Ricerca ubicazioni: aggiornatevi ora!

La nostra applicazione web per la ricerca delle ubicazioni può essere facilmente integrata nei siti web, è personalizzabile e quindi consente ad esempio agli e-shop di offrire un pratico valore aggiunto ai clienti. Abbiamo rielaborato questa funzione, che ora è in grado di riconoscere se viene utilizzata tramite smartphone, tablet o PC. Grazie al cosiddetto responsive design, la visualizzazione si adatta automaticamente alle dimensioni dello schermo. Per far sì che i vostri utenti possano approfittarne, dovete modificare il vostro sito web. Prima lo fate, meglio è! La versione precedente del servizio sarà disattivata il 30 settembre.

► places.post.ch

Cogliere esattamente nel segno

Il marketing diretto raggiunge personalmente i clienti. Affinché i messaggi colgano esattamente nel segno, tuttavia, non devono soltanto giungere al momento giusto nella giusta cassetta delle lettere. A essere decisivo è il modo in cui i contenuti riescono ad avere effetto sui target. Con i nostri seminari potete migliorare nello specifico i vostri risultati positivi. Gli argomenti trattati sono di ampio respiro e spaziano dalla redazione e progettazione passando per la vendita, fino alle campagne integrate di mailing e social media. Assicuratevi subito un posto e approfittate del know how e dell'esperienza pratica dei nostri relatori.

Nuovo programma e iscrizione alla pagina:
► post.ch/dm-seminare

Alla ricerca di innovazioni che semplificano le spedizioni online

di Medard Meier

Internet, smartphone e tablet rendono sempre più facili le ordinazioni. Allo stesso modo anche la vendita ora deve accelerare verso la digitalizzazione. Il COO di La Redoute Antoine Thooris, l'informatico Edy Portmann e Paul Walker della Posta discutono su quali servizi innovativi funzionano nel mercato e cosa dobbiamo attenderci dal futuro digitale.

La Redoute vanta una lunga tradizione di successo nel classico commercio per corrispondenza. Quale significato ha assunto internet negli ultimi anni?

Antoine Thooris: La Redoute ha aperto il suo primo webshop già nel 2000. Oggi l'e-shop rappresenta il fulcro della nostra attività, sia per la moda che per l'arredamento. Il cata logo continuerà comunque a esistere ancora a lungo, fungendo sempre più da biglietto da visita e da stimolo a visitare il negozio online.

In che modo la Posta sostiene La Redoute?

Paul Walker: Oltre che per la spedizione della merce, aiutiamo l'azienda nella digitalizzazione della vendita per corrispondenza. Questo significa che abbiniamo le diverse opzioni di recapito allo shop online. Si tratta soprattutto dello scambio di molteplici dati e informazioni con i clienti. Li informiamo ad esempio su dove si trova l'ordine e su dove individuare punti di consegna alternativi oppure offriamo la possibilità di ordinare direttamente presso uno sportello automatico My Post 24. Con questi

servizi, La Redoute può sottoporre al cliente un'offerta il più possibile personalizzata affinché la merce acquistata online venga ricevuta con il massimo della celerità.

Quali sono le maggiori sfide dello sviluppo digitale?

Antoine Thooris: Internet e i dispositivi mobili non riducono la complessità del nostro lavoro come si potrebbe pensare, bensì la incrementano significativamente. Ma i clienti non devono accorgersene: per loro la tecnologia e le interfacce devono funzionare in modo semplice. La complessità deve riguardare soltanto noi. All'interno dello shop, i clienti devono giungere alla meta in modo intuitivo. La seconda grande sfida è rappresentata dalla velocità. Al momento elaboriamo un ordine in due ore. Ma poi entra in gioco la logistica di distribuzione che è ben più complicata.

Paul Walker: La Redoute è stato il nostro primo cliente a inserire nel 2008 i punti PickPost nella procedura d'ordine. Inizialmente la quantità di pacchi spediti con questo sistema è stata assai modesta, perché i clienti non conoscevano per nulla il servizio. Ora questo canale ha preso invece piede. I nostri 2400 punti PickPost sono diventati autentiche calamite. Sappiamo per esperienza che serve del tempo prima che i clienti finali modifichino le proprie abitudini, sia online che offline.

Come garantite che la digitalizzazione sia customer-friendly?

Antoine Thooris: Riuniamo frequentemente i clienti in piccoli gruppi eterogenei e testiamo insieme a loro

«Le soluzioni si trovano collaborando con i partner.»

Edy Portmann

offerte e servizi che intendiamo introdurre sul mercato. Anche il nostro personale viene coinvolto nella valutazione.

Paul Walker: Alcuni clienti finali colgono al volo le nuove possibilità. Molti altri, invece, rifiutano qualsiasi cambiamento. Questo lo si nota ad esempio per gli ordini: come punto di partenza i clienti restano fedeli alla formula tradizionale del catalogo, il che naturalmente ci fa piacere poiché i cataloghi devono essere spediti.

Edy Portmann: Nulla di ciò che appartiene al passato scompare completamente. Questo vale anche per i cataloghi. Per questo il «*multi-channelling*» detiene una grande importanza. In parallelo, la complessità globale dei sistemi sta aumentando enormemente, al pari della velocità di introduzione di nuovi servizi, tecnologie e prodotti. Più passa il tempo, più occorre rivolgersi ai clienti in modo personalizzato. A tal fine abbiamo bisogno di sistemi autoapprendenti, che riconoscano costantemente come e attraverso quale canale un cliente finale desidera essere approcciato. I cambiamenti comportamentali non possono essere imposti, tuttavia. Un'idea potrebbe essere quella di far sperimentare all'utente le nuove tecnologie in modo ludico.





Antoine Thooris

*Chief Operation Officer (COO),
La Redoute Svizzera*

Antoine Thooris è al servizio dei clienti di La Redoute già da 18 anni – 15 dei quali in Svizzera. Nel suo ruolo di Chief Operation Officer, ora è responsabile di servizio clienti, IT e distribuzione.



Edy Portmann

*Professore associato di scienze
dell'informazione presso l'Università di Berna*

In qualità di professore borsista della Posta Svizzera, all'Università di Berna Edy Portmann si occupa di questioni legate ai sistemi informativi e all'acquisizione ed elaborazione delle informazioni. Spesso la sua attività si concentra su aspetti applicativi.



Paul Walker

*Responsabile Vendite commercio a distanza,
Posta CH SA, Berna*

Come responsabile per le vendite nel commercio a distanza, Paul Walker si confronta quotidianamente con le sfide e gli sviluppi futuri dell'e-commerce.



Moderatore Medard Meier

Esperto di comunicazione e pubblicitaria

Economista (lic. rer. pol.) e per molti anni caporedattore di Bilanz, attualmente lavora come consulente economico e di comunicazione – tra l'altro per il think tank Avenir Suisse.

Chiedete a Edy Portmann

Quali aspetti della digitalizzazione vi interessano maggiormente? Il nostro esperto Edy Portmann risponderà personalmente alle vostre domande online dal 20 giugno al 1° luglio. Leggete le domande e le risposte nel prossimo numero di «Concreto».

► post.ch/experte2-16

Come gestite lo sviluppo dei prodotti?

Paul Walker: Le modalità con cui si immettono i prodotti sul mercato sono cambiate nettamente rispetto al passato. Al posto di procedere a lunghe ricerche di mercato prima di lanciare qualcosa, ora si tende a svolgere continui test. Se si raggiungono determinati risultati, si prosegue; in caso contrario, ci si ferma. Parallelamente vengono già avviati nuovi esperimenti. In questo modo la velocità d'innovazione si mantiene sempre su livelli elevati.

Edy Portmann: «The best way to predict the future is to invent it.» In altre parole: il futuro non è più programmabile. Ciò che funziona viene conservato, ciò che non funziona deve essere adeguato alle esigenze. Non ha più nemmeno senso puntare alla soddisfazione totale di determinati target, perché essi sono in continua trasformazione. Di frequente ci si deve mettere al servizio di gruppi sempre più piccoli e addirittura di singoli individui.

Ci sono esempi di prodotti o servizi innovativi che hanno funzionato da subito?

Paul Walker: Le innovazioni nascono prevalentemente dalle esigenze del mercato. Quella del recapito domenicale è un'idea che abbiamo accolto e sperimentato come progetto pilota. Siamo sempre alla ricerca di clienti commerciali che siano disposti a implementare nuove soluzioni. Naturalmente la prima azienda ha più difficoltà, perché deve ancora suscitare l'interesse del cliente finale. In virtù del

«Le innovazioni nascono dalle esigenze del mercato.»

Paul Walker



Offerta

Commercializzazione, ordinazione, pagamento, logistica e assistenza ai clienti: La Posta è un partner competente che vi accompagna in tutto il processo dell'e-commerce.

- ▶ **Contatto diretto:** e-commerce@posta.ch
- ▶ posta.ch/e-commerce

suo ruolo pubblico, la Posta è la prima a cogliere l'onda dell'interesse mediatico verso i nuovi progetti. I clienti possono quindi testarli e valutarli con calma.

Antoine Thooris: Un esempio dell'impegno comune della Posta e di La Redoute è costituito dalla prevenzione delle frodi. Si tratta di una tipica situazione win-win. Se si verificano frodi negli ordini o nelle consegne, a essere danneggiate sono sia La Redoute sia la Posta. Per questo stiamo sviluppando progetti congiunti in merito.

Edy Portmann: Questo è un ottimo esempio del cosiddetto «*co-design*», una pratica sempre più importante che consiste nel trovare soluzioni tramite una rete composta da diversi partner che hanno problemi identici o simili e dunque perseguono obiettivi identici o simili. Anche il mondo accademico ha un ruolo fondamentale, mettendo a frutto nozioni nuove.

Antoine Thooris: Ha perfettamente ragione. Ci piace discutere anche con concorrenti che devono affrontare sfide logistiche simili alle nostre. Le soluzioni giovano poi a tutti. Per questo sono sempre propenso a condividere le nostre esperienze con altre aziende.

Edy Portmann: In Svizzera il «*co-design*» non è ancora così diffuso come ad esempio nella Silicon Valley, dove ho vissuto per molto tempo. Insieme alla Posta e alla sua clientela, cerco di passare dalle condizioni attuali a condizioni future ideali che avvantaggino il cliente finale. È in questo modo che si realizza il «*co-design*». Sta poi alla Posta portare avanti il tutto con i propri clienti.

Paul Walker: La Posta si trova sempre di fronte a un dilemma: cosa dovrebbe essere mantenuto e cosa cambiato? A tal proposito facciamo affidamento su input esterni che poi condividiamo a nostra volta con i nostri clienti. Grazie a questa apertura ci confrontiamo alla pari con i migliori – sia per l'e-commerce che per la logistica dei pacchi.

«La chiave del successo va cercata nel «P to P» da persona a persona.»

Antoine Thooris

I ritmi sono sempre più incalzanti. Quali sono i prossimi passi che La Redoute attende da parte della Posta?

Antoine Thooris: Il cliente finale ci fa pressioni sulle tempistiche – e noi chiediamo alla Posta di farsene carico. «*Same day delivery*» questo è il primo grande punto. Per conseguire l'obiettivo, dipendiamo da una logistica che sia attiva sette giorni su sette. In base a questo schema, il sabato viene considerato un normale giorno di recapito – e prima o poi sarà così anche per la domenica. I clienti sono a casa soprattutto nel fine settimana e quindi vogliono ricevere e provare la merce. Il secondo punto è costituito da tutti quei servizi che i consumatori ci richiedono gratuitamente, come la consegna e i resi gratis. La Posta e gli altri operatori, però, non lavorano gratis. Si impone dunque la questione di chi deve sostenere i costi.

Paul Walker: Nell'e-commerce i costi rappresentano un'autentica sfida. La personalizzazione del servizio richiede una logistica dedicata che per natura è più cara della spedizione cumulativa standard. Il cliente finale, tuttavia, non è disposto a pagare di più. Questo ci richiede un'ulteriore ottimizzazione dei processi, ma anche opzioni alternative

di recapito. In futuro saremo in grado di aiutare lo speditore grazie a un'analisi che stabilisce quando un determinato cliente finale è raggiungibile al meglio e quando non lo è affatto. In questo modo sarà possibile assegnare le opportune priorità agli invii in fase di imballaggio e spedizione. Ciò aiuta a sua volta a risparmiare sui costi e a soddisfare il cliente finale poiché riceve il pacco proprio quando gli va bene.

Edy Portmann: Ancora una volta entra in gioco la scienza: le applicazioni per dispositivi mobili e la «*predictive analytics*» contribuiranno ad affinare notevolmente la gestione delle merci. Penso anche a un'ottimizzazione intelligente dei percorsi nella logistica urbana.

Antoine Thooris: In qualità di spedizionieri, dobbiamo anche accettare di non poter avere il controllo su tutto. La scelta da parte del cliente delle modalità e del luogo di consegna della merce esula dalla nostra sfera di intervento. Cediamo dunque alla Posta parte della relazione con il cliente.

Entro quando saranno completati i prossimi grandi passi, come la personalizzazione della consegna?

Antoine Thooris: Direi entro tre anni.

Paul Walker: Non saranno la tecnica o le analisi dei dati a rivelarsi decisive, ma piuttosto l'accettazione da parte del cliente privato. Si tratta ancora una volta di una questione di fiducia nel fatto che i suoi dati siano trattati in modo sicuro e che la protezione dei dati sia garantita. Basterebbero degli incidenti minimi a riportarci indietro di due o tre anni.

Antoine Thooris: Fondamentale è anche accompagnare il cliente. Abbiamo introdotto molte pagine web informative che lo aiutano a comprendere i processi digitali. Credo che nella digitalizzazione la chiave del successo stia sempre meno nel «B to C» e che vada ricercata nel «P to P» – nel rapporto da persona a persona. Per questo nella nostra azienda mettiamo a disposizione sempre più numeri di telefono.

Glossario

- Multi-Channelling
- Co-design
- Same day delivery
- Predictive analytics

► post.ch/glossar

Buono a sapersi

Il commercio online svizzero è in forte crescita: nel 2015 il fatturato è aumentato ancora del 7,5%. Le statistiche annuali di GfK, ASVPC e della Posta mostrano i settori dell'e-commerce in cui la Posta sta registrando i maggiori ricavi.

► post.ch/jahresstatistik15



Scansionate il codice e guardate il filmato



Pacchi senza frontiere con lo sdoganamento automatizzato

di Claudia Bardola

Come possono i pacchi delle aziende svizzere giungere a destinazione nell'UE in modo rapido, semplice e conveniente nonostante la nuova legge tedesca sulle dogane? Swiss Post GLS ha la soluzione!

I prodotti svizzeri di qualità sono molto richiesti all'estero. Il commercio oramai non conosce quasi più confini geografici, soprattutto grazie all'e-commerce. Il necessario sdoganamento delle merci può tuttavia rendere lenta, complicata e costosa la spedizione di pacchi nei Paesi UE. Una modifica della legge tedesca sulle dogane ha reso ancora più complicata l'importazione nell'UE per le imprese svizzere. Dal novembre scorso, infatti, non sono più consentite le liste di destinatari cartacee per lo sdoganamento collettivo – ovvero lo sdoganamento comune di più pacchi destinati a diversi riceventi. Ora ogni singolo invio deve essere dichiarato elettronicamente e sdoganato. In particolare per le PMI, questo comporta procedure assai laboriose e, di conseguenza, costi aggiuntivi.

Per far sì che i pacchi svizzeri con peso fino a 50 kg possano comunque giungere nell'UE in modo semplice, rapido e conveniente, l'affiliata della Posta Swiss Post GLS ha sviluppato una speciale soluzione di sdoganamento elettronico. Essa simula lo sdoganamento collettivo del passato: Swiss Post GLS redige in modo completamente automatizzato le singole dichiarazioni doganali in Germania per conto del cliente.

Un ingranaggio perfetto

Per l'azienda esportatrice, l'invio nell'UE tramite la soluzione di sdoganamento automatizzato di Swiss Post GLS quasi non si distingue dalla normale spedizione di pacchi a livello nazionale: l'esportatore prepara la merce all'invio, trasmette i dati necessari a Swiss Post GLS manualmente o direttamente dal proprio sistema informatico e consegna i pacchi alla Posta. In questo modo la faccenda è risolta per l'azienda, che da quel momento può seguire comodamente online

le numerose tappe attraverso le quali le sue spedizioni giungeranno a destinazione: dall'ufficio postale del cliente passeranno dapprima dal centro pacchi di Härkingen – il cuore della posta-pacchi svizzera – e poi dall'agenzia doganale svizzera della stazione merci di Basilea Wolf. Nelle immediate vicinanze si trova la centrale di distribuzione e sdoganamento di Swiss Post GLS in cui i pacchi vengono raccolti, preparati e dichiarati alla dogana svizzera per l'esportazione.

Non appena i pacchi ricevono l'autorizzazione doganale, essi vengono caricati e portati all'hub europeo GLS di Neuenstein (Assia), nel cuore della Germania. Già durante il trasporto viene avviato lo sdoganamento all'importazione in Germania, di modo che quando arrivano a Neuenstein i pacchi abbiano completato tutte le procedure richieste. A questo punto le spedizioni possono circolare liberamente nel resto dell'UE. GLS mette a disposizione 300 camion per questo servizio.

Addio svantaggi concorrenziali

Dato che il carico, il trasporto e lo sdoganamento avvengono in parallelo e che l'ingranaggio funziona alla perfezione, è possibile conseguire il massimo dell'efficienza: le spedizioni svizzere, infatti, raggiungono i destinatari dei Paesi vicini già nel giro di 24 ore. In questo modo i riceventi non percepiscono più differenze rispetto agli invii nazionali. E le aziende esportatrici svizzere possono giocarsela alla pari con i concorrenti UE anche sul fronte del servizio, grazie a prestazioni supplementari come il rinvio in Svizzera, il recapito con pagamento in contanti o la consegna a un indirizzo desiderato dal destinatario.



Buono a sapersi

Che si tratti di singoli pacchi o di interi carichi, le soluzioni di sdoganamento su misura della Posta semplificano le procedure d'invio internazionale e aiutano le imprese svizzere a conquistare nuovi mercati.

► post.ch/sdoganamento

Per maggiori informazioni sullo sdoganamento elettronico all'importazione in Germania:

► post.ch/importo-germania



Vantaggi

- Consegne notturne rapide
- Servizio porta a porta in tutta la Svizzera e nel Principato del Liechtenstein
- Trasporto ecologico su rotaia
- Massima affidabilità nel rispetto delle tempistiche
- Esigenze di consegna personalizzabili
- Nessun investimento in mezzi di consegna propri
- Ottimizzazione dei costi da ca. 10 pallet

► posta.ch/trasportocombinato

Un mix vincente tra i vantaggi della strada e della rotaia

di **Stefan Fiechter**, manager prodotti Trasporto combinato

Internet e i mezzi di comunicazione mobile hanno accelerato notevolmente le attività lavorative. Oggi tutte le aziende devono essere veloci e flessibili; per la logistica delle merci, in particolare, si pongono grandi sfide. Gli ordini devono giungere rapidi e puntali ai destinatari. Da un lato si tratta di una questione di qualità del servizio, dall'altro i ritardi comportano costi significativi, sia per lo stoccaggio che per le opportunità di vendita perdute.

Un collegamento intelligente per tutte le località svizzere

La Posta ha sviluppato un sistema di trasporto ingegnoso per i pacchi e il collettame, in grado di raggiungere in modo rapido e affidabile qualsiasi località della Svizzera, persino nelle vallate alpine più remote. Un elemento fondamentale è rappresentato dal trasporto combinato. Il sapiente connubio fra trasporto su rotaia e su strada non consente soltanto un servizio ecosostenibile, ma anche una distribuzione ininterrotta 24 ore su 24. Secondo l'Ufficio federale di statistica, dall'inizio del nuovo millennio le ore annue di incolonnamenti sulle strade svizzere sono quasi triplicate, passando da 8000 a circa 22 000. Mentre i mezzi pesanti di giorno sono sempre più rallentati dal traffico e di notte sono completamente fermi a causa del divieto di circolazione, grazie alla ferrovia le merci si muovono in tutto il Paese 24 ore su 24 secondo le tabelle di marcia stabilite.

Il trasporto combinato non rende la catena di distribuzione soltanto più rapida e affidabile, ma riduce al contempo anche le emissioni di CO₂. Per ogni tratta fra la Svizzera romanda, il Ticino e la Svizzera tedesca si risparmiano mediamente circa 120 kg di CO₂. Un valore che, moltiplicato per tutti i tragitti, fa presto a raggiungere cifre assai elevate. A questo si aggiunge che le ferrovie si avvalgono prevalentemente di energia idroelettrica ecologica locale. Inoltre, poiché il trasporto combinato non costa più di un trasporto effettuato esclusivamente su strada, a conti fatti questa soluzione ideale per grandi volumi di merci (da circa dieci pallet) conviene sotto molti punti di vista.

Direttamente a domicilio nottetempo

Dell'efficiente offerta di trasporto combinato approfitta ad esempio un grossista svizzero-tedesco che rifornisce regolarmente i propri clienti da un magazzino centrale. In questo modo assicura che, già all'apertura dei negozi al mattino, i dettaglianti di tutta la Svizzera possano avere sui propri scaffali gli articoli ordinati il giorno precedente.

Tramite la ferrovia, l'ordine eseguito di giorno da un cliente ticinese viene trasportato di notte in modo puntuale ed ecologico nella Svizzera meridionale. Qui uno spedizioniere regionale recapita le merci direttamente a domicilio. Il partner locale parla la lingua dei clienti e può quindi soddisfare in modo ottimale le specifiche esigenze di consegna. La possibilità di monitorare elettronicamente le merci durante l'intero tragitto aumenta ulteriormente la sicurezza nella programmazione del trasporto.

Mettere al centro le persone

di Daniel Meierhans

La Banca Linth punta coerentemente sulla consulenza personale. I servizi digitali e i partner competenti alleggeriscono il lavoro di collaboratrici e collaboratori.

Mobile banking, consulenza digitale per gli investimenti o ancora identificazione video online: la Banca Linth è una delle banche regionali leader nella Svizzera orientale ed è sempre tra i primi istituti finanziari svizzeri a introdurre nuove tecnologie, formule e servizi innovativi per i clienti. Questa banca universale – radicata da oltre 160 anni nell'area del Lago di Zurigo e nel distretto di Sarganserland – sfrutta la digitalizzazione dei documenti per rendere più snelle le mansioni collaterali del personale, che così può concentrarsi in maniera ancor più mirata sulle proprie competenze chiave.

«Con la nostra idea di «banca del futuro», mettiamo le persone ancora di più al centro delle nostre attività», spiega il Chief Operation Officer (COO) della Banca Linth, Roland Greber: «I tradizionali servizi allo sportello vengono sempre più sostituiti da operazioni al PC, al bancomat o via smartphone. Le filiali, tuttavia, non perdono la propria importanza. Al contrario! Possiamo infatti impiegare le maggiori disponibilità di tempo per consolidare la consulenza e puntare di più su quei servizi che necessitano di un colloquio individuale».

Una filiale esemplare

Un ottimo esempio per capire come la Banca Linth intende interagire con i clienti nel futuro è costituito dalla filiale di Sargans, completamente rinnovata ed entrata in servizio nell'estate 2015: un vero e proprio modello per tutto il settore, senza sportelli e vetri antiproiettile. Al loro posto troviamo un ambiente aperto e luminoso con un desk dove i clienti vengono accolti personalmente. All'interno sono presenti anche bancomat per i prelievi e i versamenti, un angolo caffè e tavoli a disposizione per discutere senza formalità. Anche gli uffici adiacenti sono aperti verso l'area dedicata alla clientela. «La banca deve essere animata e il nostro personale deve poter essere interpellato senza troppe formalità», continua Greber.

Focus sulla vendita e la consulenza

L'applicazione di questa nuova concezione, che nei prossimi anni coinvolgerà tutte le filiali, non richiede soltanto delle minuziose modifiche architettoniche. Anche le mansioni del personale e tutte le procedure devono essere adeguate ai nuovi obiettivi.



Soluzione

Digitalizzazione dei dossier con tempistiche ottimali

Un requisito per potersi concentrare maggiormente sulla consulenza personale è l'accesso rapido ai documenti dei clienti da qualsiasi luogo. A tal fine si è proceduto alla digitalizzazione di tutta la documentazione di base e dei dossier di credito in formato cartaceo. Si tratta di un'attività laboriosa, che oltre a scanner potenti richiede soprattutto procedure affidabili, in quanto occorre sempre garantire al cliente il segreto bancario. «Swiss Post Solutions ci ha convinti con la sua grande competenza procedurale», sottolinea Greber: «In questo modo siamo riusciti a ridurre a pochi giorni la mancata disponibilità dei dossier e a rispettare perfettamente le tempistiche dei progetti».

► posta.ch/swisspostsolutions



Soluzione ▶ **Bancomat multifunzione per i contanti**

La nuova concezione delle filiali della Banca Linth comprende anche una nuova gestione dei contanti. Essa viene affidata a bancomat multifunzione di ultimissima generazione e agli esperti di SecurePost. I terminali offrono tutte le funzioni di versamento e prelievo, compresa la possibilità di scegliere il taglio delle banconote. SecurePost, specializzata in soluzioni per la logistica dei valori, garantisce procedure sicure e affidabili, occupandosi anche di tutti i trasporti di sicurezza interni alla banca.

▶ posta.ch/securepost

«Così, in modo più coerente di qualsiasi altro istituto svizzero, ci identifichiamo come pura banca al dettaglio», spiega Greber. Le attività che non sono legate alle competenze chiave di vendita di prodotti finanziari e di consulenza personale vengono fornite, ove possibile, da provider esterni. I vantaggi sono evidenti: gli operatori specializzati sono più efficienti, possono adeguarsi alle necessità in modo molto più flessibile e sono sempre tecnicamente all'avanguardia.

Sparring partner per progetti futuri

Per la scelta dei partner, Greber segue una linea ben definita: «La priorità è che il provider svolga la propria funzione a un livello eccellente. Solo così può alleggerire al meglio il nostro lavoro». Tra i vari partner della banca si annovera anche la Posta: «La Posta si occupa con grande impegno delle opportunità di digitalizzazione dei processi operativi in svariati ambiti, ad esempio per la registrazione elettronica dei documenti. Proponendoci attivamente nuove idee per la nostra attività, rappresenta per noi un importante sparring partner».



Roland Greber conosce l'industria finanziaria in tutte le sue sfaccettature. Dopo il tirocinio da bancario, si è specializzato in informatica applicata all'economia e ha lavorato come responsabile IT e COO in una banca privata nonché come responsabile Business Engineering and Management Support presso un'assicurazione malattia. Come membro della direzione, nel 2013 ha assunto la guida del comparto Operations and Services della Banca Linth.

▶ banklinth.ch

Roland Greber, COO Banca Linth



Ordinare online: un gioco da ragazzi

Troppo spesso le procedure d'ordine vengono interrotte perché i clienti non hanno a portata di mano i propri dati di accesso. L'inserimento del Login Post Connector nel vostro shop online semplifica ai clienti l'ordinazione sulla vostra piattaforma: il cliente utilizza sempre lo stesso account per tutti i webshop che hanno adottato questa soluzione. Tutte le opzioni di recapito come PickPost, My Post 24 o il recapito serale e il sabato sono contemplate dall'e-shop. Il vantaggio per voi: l'indirizzo di fornitura attuale del cliente è già memorizzato.

Vantaggi

- Potenziale di circa 900 000 utenti
- I clienti dispongono di un account unico e sicuro per tutti gli e-shop
- Login Post Connector è gratuito per voi

► posta.ch/login-post-connector

L'e-shop facile

Creare un webshop è facilissimo e non costa chissà quanto. Perlomeno con il software svizzero freeShops di green.ch. La realizzazione di uno shop online avviene in pochi passaggi e senza nozioni di programmazione grazie a freeShops. Una soluzione ideale per le piccole imprese e le start up con risorse limitate.

► freesshops.ch



Ogni destinatario viene informato

Del servizio online per clienti privati «I miei invii» può approfittare anche il commercio per corrispondenza. Il destinatario viene informato automaticamente via SMS o e-mail quando i pacchi sono in fase di recapito. In questo modo non deve più chiedere all'esercente quando riceverà i suoi ordini.

► posta.ch/i-miei-invii

Vincete 2 giorni di puro relax. Partecipate subito al concorso.

Come si chiama il metodo che consente alle aziende di sviluppare nuovi servizi insieme ai propri partner?

- Multi-Channelling
 Co-design

Termine di partecipazione: 15 luglio 2016.



GAS/ECR/ICR

Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

50405180
000001



LA POSTA

Posta CH SA
Redazione «Concreto»
Wankdorffallee 4
3030 Berna



Invio di mailing: puntuale e conveniente

Per l'invio dei vostri mailing è decisivo scegliere il momento giusto. Grazie a OnTime Mail, potete coordinare con precisione i vostri invii in grandi quantità a partire da 10 000 destinatari, recapitando loro la vostra comunicazione nel medesimo giorno e quando lo desiderate. Da gennaio 2016, questo servizio è ancora più semplice ed economico. Tariffe scontate fino al 43%, nessuna sovrapposizione di mailing multilivello in brevi intervalli di tempo e una migliore programmazione della gestione delle risposte sono i nuovissimi vantaggi dell'offerta OnTime. Particolarmente interessante si rivela la riduzione di prezzo del recapito il sabato: è stato infatti dimostrato che nel fine settimana viene dedicata maggiore attenzione ai vostri messaggi.

► posta.ch/ontimemail

Pubblicità: sì, grazie!

Ampliate il vostro target: sulla piattaforma online della Posta, gli interessati possono indicare quando desiderano ricevere la vostra pubblicità. Così potete raggiungere anche i clienti con adesivo «Niente pubblicità».

► posta.ch/offerte-su-richiasta-business

Corrispondenza a portata di clic

Occupatevi di tutta la vostra corrispondenza con un semplice clic: tramite il vostro driver di stampa potete scegliere se trasmettere ai vostri clienti una lettera cartacea o elettronica. La Posta si occupa per voi della stampa, dell'imbustamento e dell'invio.

► posta.ch/printandsend

Il vostro referente della Posta

Avete domande sui nostri prodotti o servizi? Il vostro personale consulente alla clientela è a vostra disposizione.

««Vorname und Name»»
 ««Org.-Einheit»»
 ««Telefonnummer»»
 ««E-Mail Adresse»»

Colophon

Editore: Posta CH SA, Berna, concreto@posta.ch, posta.ch/concreto | Concezione/redazione: alert AG, Zurigo | Grafica: illugraphic, Hagendorn | Traduzione: textocreativ | Stampa: Stämpfli Druck, Berna | Informazioni sugli autori: posta.ch/concreto | Pubblicazione tre volte l'anno. Con riserva di modifica e variazioni.

Il vostro referente della Posta

<<Region>>
 <<Kundenummer>>

Richiesta di correzione dell'indirizzo

I miei dati precedenti:

<<Firma>>

 <<Anrede>> <<Vorname und Name>>

 <<Adresse>>

 <<Postfach>>

 <<PLZ und Ort>>

 <<Telefonnummer>>

 <<E-Mail Adresse>>

I miei nuovi dati:

La Posta? Meglio del camerino

Il mio postino sa che taglia porto, quali colori mi donano e sa anche che il mio piede largo non riesce a calzare la maggior parte delle scarpe che vorrei. Posso dire che conosce i particolari intimi del mio guardaroba meglio di mio marito. E questo solo perché non sopporto i camerini dei negozi di abbigliamento. Per me rimane un mistero come una persona possa provare un paio di jeans o, peggio ancora, un bikini in uno spazio angusto illuminato da luci al neon, respirando una fragranza di piedi puzzolenti mista a profumo dozzinale, senza cadere in depressione all'istante. Nessuno si accorge che quelle luci illuminano il corpo in modo da far risaltare ogni minimo difetto? Per non parlare del fastidio delle commesse, che spostano la tenda mentre stai ancora cercando di entrare nei jeans nuovi e commentano con voce flautata: «Questo modello le fa un bellissimo fondoschiena!». Se non fosse per l'e-commerce, girerei ancora con indosso un paio di pantaloni neri da hipster del secolo scorso.

È stato internet a salvarmi il look. Oggi stappo una bottiglia di prosecco quando il postino mi strizza l'occhio consegnandomi il pacco del mio negozio online preferito. E posso provarmi i capi ordinati nella tranquillità di casa mia, davanti al grande specchio che riflette il mio lato migliore. Mi basta dare un'occhiata all'armadio per controllare se il colore della camicetta si abbina alla giacca o se

le scarpe sono un filo troppo alte per l'abito estivo. Sono ormai una professionista dell'e-commerce: ordino sempre i pantaloni in due taglie, così il postino non deve più passare tre volte alla settimana e non mi tocca confessargli che ho dovuto restituire quei jeans troppo stretti per ordinare una taglia in più.

Forse un po' gli mancano le nostre frivole conversazioni o forse semplicemente gli ottimi affari per il suo datore di lavoro: non molto tempo fa mi ha chiesto infatti se avessi finalmente trovato un paio di sandali con cinturino adatti al mio piede.

Chi è l'autrice

Nicole Althaus è autrice, columnist e co-caporedattrice del settimanale «NZZ am Sonntag». Scrive articoli su temi sociopolitici e cura le riviste del gruppo editoriale, tra cui «Stil» e «Z».



Herr
Max Mustermann
Musterstrasse 1
1111 Musterstadt

Immagine: Anne Gabriel-Jürgens

Concorso

In palio per voi 2 giorni di relax

Lasciatevi coccolare! L'Hotel Grischa vi attende con la sua sorprendente architettura e un design interno che fa scoprire la regione di Davos con tutti i sensi. Basta entrare nella hall per percepire subito un'atmosfera speciale. I suoi cinque ristoranti offrono, inoltre, una gastronomia varia e di altissimo livello.

► **Rispondete alla domanda nell'apposita cartolina e vincete un pernottamento VIP comprensivo di cena gourmet a 4 portate per 2 persone!**

Condizioni di partecipazione: Alla domanda corrisponde un'unica risposta corretta. Tra tutte le risposte esatte ricevute sarà sorteggiato il nome del vincitore, che verrà informato per iscritto. Sono ammesse a partecipare al concorso tutte le persone, a eccezione dei collaboratori e delle collaboratrici di Posta CH SA. Il premio del concorso non è trasferibile e non può essere corrisposto in contanti. Non si terrà alcuna corrispondenza sul concorso. È escluso il ricorso alle vie legali.



Immagine: Hotel Grischa



Posta CH SA
3030 Berna



219.23.1