

LA RIVISTA PER I NOSTRI
CLIENTI COMMERCIALI

CONCRETO

APRILE 2017

**Addio costi fissi,
benvenuta dipendenza?**

Servizi aggiuntivi per
ridurre i costi di esercizio

Stessa qualità
con meno sforzi

Nuove soluzioni per più
efficienza ed efficacia

LA POSTA 

Dinamismo giallo.



Care lettrici, cari lettori,

i clienti desiderano servizi sempre più personalizzati e su misura, e possibilmente spendendo sempre meno. Questo costringe voi imprenditori a un continuo miglioramento del rapporto qualità-prezzo. Per abbassare i costi, dovete verificare costantemente come possano essere ottimizzate le vostre procedure e in che modo migliorare le prestazioni avvalendovi di un partner.

Anche noi della Posta affrontiamo le medesime sfide. Investiamo nell'ottimizzazione permanente dei nostri servizi e nella trasformazione digitale. E riduciamo i costi. Per esempio recapitando la corrispondenza con efficienti veicoli elettrici a tre ruote.

Vi auguro una piacevole lettura.

Ruedi Henke
Responsabile Recapito lettere Zurigo-Argovia-Zugo

In questo numero

Altri temi

Come funziona 8
La rubrica di Nicole Althaus 14
Concorso 14



In primo piano **4**

Ridurre i costi fissi con l'outsourcing: il responsabile Logistica Ueli Hänni, l'esperto di ADLATUS Hanspeter von Ah e Sabrina Borrelli della Posta discutono se e dove si generano dipendenze.

L'esperto risponde alle vostre domande

Ecco la più interessante tra le domande dei lettori sul tema «I privati e la Posta tra partnership e concorrenza» dell'ultimo numero:

Stefano Felts, Zofingen:

La nostra è una PMI tradizionale e siamo clienti fedeli della Posta. Purtroppo, però, la Posta ci fa sempre più concorrenza. Perché la Posta non mostra più rispetto verso i propri clienti offrendo per esempio controprestazioni per alleggerire la situazione?

Christian Jaag, esperto di regolamentazione:

Come ogni azienda, la Posta vuole avere buone relazioni con clienti e fornitori. Ma in tema di «controprestazioni» il suo margine è limitato: per il servizio di base, deve fissare i prezzi secondo principi omogenei e non può privilegiare partner particolarmente buoni. Per alcuni grandi incarichi deve addirittura indire dei bandi.



Consegne direttamente in auto

Con LeShop.ch, Volvo e la Posta lo shopping online diventa straordinariamente comodo: la merce ordinata su LeShop.ch viene consegnata direttamente nel bagagliaio dell'auto parcheggiata. Tramite un'apposita chiave digitale, Volvo concede al fattorino della Posta l'accesso temporaneo al bagagliaio. «In-car Delivery» consente orari e luoghi di consegna flessibili, elimina i mancati recapiti e dal 1° marzo rende ancora più pratico lo shopping online a Zurigo, Berna, Ginevra e Losanna.

► post.ch/kofferraum



9 La parola all'esperto

Con l'outsourcing logistico, i servizi a valore aggiunto creano ulteriori potenziali di efficienza.



Business in concreto 10

Stessa qualità con meno sforzi: a Zollikon (ZH) è possibile, con l'esternalizzazione della posta interna.

Nuove soluzioni per investire in modo più efficace nella pubblicità ed efficientare spedizioni e logistica.



12 Offerte

Ultime notizie

Quando, dove e come vuole il cliente

Da febbraio i clienti privati possono gestire in autonomia la ricezione dei pacchi. La Posta sostiene così anche il servizio clienti degli operatori online.

► post.ch/empfang-steuern

Controllo mailing e ingresso alla fiera gratis

Alla fiera Dialog-Marketing-Messe e alla Swiss eBusiness Expo del 5-6 aprile a Zurigo, la Posta controllerà gratis la vostra lettera pubblicitaria. Richiedete un biglietto gratuito: ► dialog-marketing-messe.ch/post

Via libera a Post Company Cars SA

Mobility Solutions ha cambiato volto e ora si chiama Post Company Cars SA. La società svizzera di gestione parchi veicoli offrirà anche nuovi servizi.

► posta.ch/companycars

Pubblicità a impatto zero

Voi beneficiate dell'immagine positiva dell'etichetta «pro clima» sulle vostre spedizioni a impatto climatico zero e la Posta si assume i costi per la compensazione della CO₂: da inizio anno questo vale anche per gli invii pubblicitari PromoPost senza indirizzo. Già dal 2012, la Posta invia a impatto zero tutte le lettere con indirizzo senza sovrapprezzo in Svizzera e investe in progetti di tutela del clima di altissimo livello, nazionali e stranieri.

► posta.ch/clima-neutrali

Addio costi fissi, benvenuta dipendenza?

di Daniel Meierhans

L'esternalizzazione del servizio di consegna può ridurre i costi. Ueli Hänni (responsabile logistica del grossista di materiale da ufficio Ecomedia/Papedis), Hanspeter von Ah (consulente freelance) e Sabrina Borrelli (esperta di soluzioni per i clienti della Posta) discutono se e dove si generano dipendenze.



Signor Hänni, per quali motivi la scorsa primavera Ecomedia/Papedis ha esternalizzato il servizio di consegna affidandolo alla Posta?

Ueli Hänni: È stata soprattutto una questione di costi. Da un lato, i nostri veicoli erano spesso sottoutilizzati; dall'altro, dopo la fusione tra Ecomedia e Papedis nel 2015, bisognava assicurare le consegne da due centri logistici. Ci sarebbe voluto un servizio 24 ore su 24. Attualmente, inoltre, i mercati cambiano rapidamente: questo ha reso ancora più difficile un utilizzo efficace del nostro modesto parco veicoli.

Signora Borrelli, in base alla sua esperienza Ecomedia/Papedis è un target tipico dell'outsourcing?

Sabrina Borrelli: Una fusione come Ecomedia/Papedis o la chiusura di un'unità operativa sono fattori che spingono in tale direzione. Molto spesso, inoltre, entrano in gioco i costi: li si vuole ridurre o «*variabilizzare*» per poter reagire in modo più flessibile alle esigenze dei clienti o ai mutamenti di mercato. Un altro fattore è costituito dalle nuove disposizioni giuridiche. Possiamo integrarle direttamente noi nelle procedure, i clienti così non se ne devono più occu-

pare. Altri clienti vogliono concentrarsi sulle proprie competenze chiave oppure attingere al nostro specifico know-how.

Hanspeter von Ah: In tema di costi fissi le PMI sono di fronte a un dilemma: da una parte vogliono avere la massima flessibilità nella gestione degli incarichi, dall'altra devono capire se possono ancora permettersi di fare tutto internamente.

Questo dilemma riguarda l'identità di molte aziende svizzere. L'indipendenza è davvero così importante?



Moderatore

Daniel Meierhans

Dottore di ricerca in biochimica, è diventato giornalista specializzato nel rapporto tra tecnologia e business.



Sabrina Borrelli

Laureata in ingegneria gestionale, nel suo ruolo di team leader si occupa di grandi progetti per i clienti della Posta. Il suo team assiste le aziende dall'elaborazione di svariate formule, al calcolo dei costi, all'implementazione della soluzione.



Ueli Hänni

In qualità di responsabile logistica del grossista di accessori per stampanti e materiale da ufficio Ecomedia, l'esperto professionista si occupa della fusione tra Ecomedia e Papedis AG, decisa nel maggio 2015. Quest'ultima è nata dalla PEG, la cooperativa di acquisto delle cartolerie.



Hanspeter von Ah

Prima di associarsi alla rete di professionisti e dirigenti esperti ADLATUS, l'economista aziendale ha lavorato in diverse medie imprese. I suoi ambiti di specializzazione sono l'ottimizzazione dei processi, l'organizzazione e la gestione aziendale.



Avete domande sull'outsourcing?

Dal 23 marzo al 14 aprile 2017, il nostro esperto indipendente Hanspeter von Ah risponde online alle vostre domande. I contributi di maggiore interesse saranno pubblicati nel prossimo numero di «Concreto».

► posta.ch/concreto-esperto

HvA: Ho la sensazione che questo aspetto sia spesso sopravvalutato. Nella maggior parte dei casi, l'effettiva dipendenza è inferiore rispetto a quanto ci si aspetti. Una ripartizione razionale delle mansioni, inoltre, è vantaggiosa anche a livello organizzativo. In generale, i giovani imprenditori sono più disposti a valutare nuovi modelli procedurali.

UH: In un primo momento i nostri clienti hanno sicuramente visto l'esternalizzazione come una perdita della nostra indipendenza. Non consegnando più direttamente, viene meno l'elemento personale. Per noi non si tratta però di una grave perdita: collaboriamo già da tempo con dei partner e ormai non c'è più nessuno che fa tutto da solo.

La dipendenza comporta anche l'adattamento alle procedure standard della Posta. Questo va a scapito della differenziazione?

UH: Nel nostro caso non tutto è idoneo ai servizi standard della Posta. Alcuni articoli sono troppo grandi, troppo pesanti o troppo articolati per i veicoli della Posta. Inoltre abbiamo grandi clienti che richiedono di inserirci direttamente nelle loro procedure interne. Serve dunque flessibilità. Abbiamo deciso, per esempio, di mantenere un servizio di consegna minimo per i casi in cui non se ne può proprio fare a meno.

SB: La nostra capacità di adattamento varia a seconda della rete di trasporto. Vale il principio: più le procedure sono automatizzate, più sono standardizzate in termini di formato, peso e condizioni di consegna. Si spazia dalla «rete pacchi», in cui tutto deve essere conforme alla medesima tecnologia di smistamento, fino alla possibilità di fornire ai clienti una formula di trasporto completamente personalizzata. L'equazione si completa con il prezzo, che diminuisce con il grado di automatizzazione.

Gli adattamenti agli standard sono anche fonte di resistenze da parte di collaboratori e clienti?

HvA: I collaboratori possono percepirli come un passo indietro, è normale. Occorre una comunicazione attiva interna ed esterna che faccia comprendere a tutti che i cambiamenti non mirano primariamente a ottimizzare il loro posto di lavoro, bensì il servizio clienti o la struttura dei costi. Serve capacità gestionale, insomma.

SB: La comunicazione è essenziale in tutti gli aspetti dell'outsourcing: tra partner, in azienda o con i clienti. Le aspettative di tutti i soggetti devono essere rese trasparenti. Solo così si pongono basi comuni sulle quali poter costruire soluzioni funzionali.

UH: Sottoscrivo ogni parola. Negli ultimi mesi per me la componente

psicologica (informare e motivare tutti i soggetti coinvolti) ha assunto un ruolo fondamentale. Nei mesi immediatamente successivi alla riorganizzazione, tuttavia, abbiamo dovuto adottare modifiche di grandissima portata che non avevamo considerato all'inizio. Avevamo decisamente sottovalutato il numero di clienti che sceglie il servizio di consegna notturno.

SB: Tali errori di valutazione non sono rari. L'esperienza insegna che i clienti finali solo fino a un certo punto si comportano così come ci si aspetta. Se si comportano diversamente, occorre flessibilità. In questi casi mettiamo a disposizione esperti che seguono l'azienda molto da vicino finché il progetto non ha preso piede.

Se dovesse fare un primo bilancio, pensa che ne sia valsa la pena?

UH: Non abbiamo ancora dati precisi. Per me, però, la trasparenza conseguita in tema di costi è quasi più importante dei risparmi diretti. Ora sappiamo esattamente cosa genera una determinata spesa e perché. Così possiamo presentare argomentazioni più valide ai nostri clienti e richiedere un prezzo equo per gli extra.


HvA: Inoltre non vanno dimenticate le possibilità aggiuntive che possono scaturire soltanto da un'esternalizzazione.

UH: Concordo. Per esempio, abbiamo potuto spostare il termine di ordinazione dalle 12 alle 17. Ed è aumentata la fiducia nella qualità dei servizi di consegna notturni. Così è raddoppiato anche il nostro «drop shipping», con il quale riforniamo per conto dei nostri clienti i loro clienti finali.

Buono a sapersi

Sei mosse per un'esternalizzazione di successo

1. Definire le procedure possibili, casi speciali inclusi, e chiarire preventivamente i costi derivanti.
2. Stabilire obiettivi, aspettative e criteri decisionali sotto il profilo qualitativo e quantitativo.
3. Organizzare il progetto fissando tappe obbligate, responsabilità e modifiche necessarie ai sistemi IT coinvolti.
4. Creare un partenariato bilaterale che tenga conto degli scenari best e worst case e definisca le procedure di escalation.
5. Pianificare un change process interno e una comunicazione attiva con clienti e collaboratori.
6. Provvedere a un controllo costante dei costi e a uno sviluppo comune permanente della partnership.



«Le aspettative di tutti i soggetti devono essere rese trasparenti.»

Sabrina Borrelli, responsabile di progetto Progetti clienti della Posta

«Nella maggior parte dei casi, l'effettiva dipendenza è inferiore alle aspettative. Una ripartizione razionale delle mansioni, inoltre, è vantaggiosa anche a livello organizzativo.»

Hanspeter von Ah, consulente ADLATUS

«Ora sappiamo esattamente cosa genera una determinata spesa e perché.»

Ueli Hänni, responsabile logistica Ecomedia/Papedis

Glossario

- Variabilizzazione (ted. Variabilisierung)
- Rete pacchi (ted. Paketnetzwerk)
- Drop shipping (ted. Streckengeschäft)

► post.ch/glossar



Vantaggi

I servizi per l'«ultimo miglio» offrono i seguenti vantaggi alle PMI:

- Utilizzo anziché creazione o mantenimento di infrastrutture
- Più vicinanza ai clienti e servizi migliori
- Più efficacia per ogni franco investito
- Variabilizzazione dei costi fissi
- Soluzioni personalizzate su richiesta

► posta.ch/soluzioni-clienti-lettere



PMI più vicine ai clienti

di Claudia Bardola

Essere vicini ai clienti è impegnativo e costoso, ma in una società altamente digitalizzata è sempre più importante. La Posta è quasi quotidianamente a contatto diretto con i vostri clienti e può creare per voi questa vicinanza. Per capire come, analizziamo un esempio nel campo della raccolta dei tessuti usati.

La Posta è l'unica impresa svizzera a coprire quasi senza soluzione di continuità l'«ultimo miglio» verso il cliente finale: sei giorni alla settimana, le postine e i postini (anche detti collaboratori di recapito) passano praticamente da ogni casa e azienda elvetica. Ora anche le imprese possono sfruttare questa realtà e delegare alla Posta per l'«ultimo miglio» alcune mansioni, risparmiando investimenti in infrastrutture interne e riducendo notevolmente i costi fissi.

L'applicazione pratica è illustrata dalla soluzione fornita a un'organizzazione svizzera di raccolta indumenti: i clienti, ora, depositano i sacchi con i capi usati accanto alla cassetta delle lettere. I sacchi vengono poi raccolti dai collaboratori di recapito nel loro giro quotidiano. Prima, invece, la popolazione doveva recarsi a un container in centro o attendere i rari giorni di raccolta. La donazione di vecchi

indumenti è diventata molto più comoda e i riscontri sono di conseguenza positivi. Allo stesso modo anche l'organizzazione di riciclaggio di prodotti tessili trae vantaggio da questa novità: la raccolta è divenuta più efficiente, più economica e anche più ecologica. Al posto della consueta raccolta a giorni fissi logisticamente laboriosa, i sacchi con i capi usati ora vengono ritirati dai collaboratori di recapito e portati in appositi contenitori in un centro logistico della Posta. Qui vengono raccolti nei container dell'organizzazione di riciclaggio, che in questo modo ha potuto automatizzare in modo mirato le procedure e ridurre i costi fissi a lungo termine.

Servizi di questo tipo e affini sono sviluppati dalla Posta in collaborazione con le aziende interessate, come spiega Florian Fertl, responsabile Ultimo miglio & Business Solutions della Posta: «Di base i servizi si suddivi-



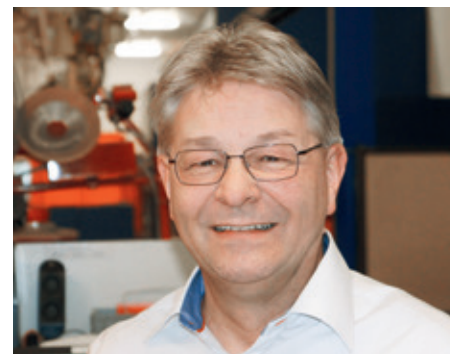
dono nei filoni Raccolta e recapito e Rilevamento informazioni. Nel secondo caso può trattarsi per esempio di verificare l'accessibilità di un luogo con sedia a rotelle».

Secondo Florian Fertl, la domanda di servizi per l'«ultimo miglio» è in crescita: «I nostri collaboratori di recapito effettuano le letture dei contatori per i fornitori locali di energia oppure distribuiscono nella regione i prodotti dei contadini». E non finisce qui: si sta lavorando tra l'altro a un servizio di consegna a domicilio per dettaglianti e a rilevamenti per gli operatori di telefonia mobile.

Servizi a valore aggiunto per ridurre i costi di esercizio

di **Daniel Sarbach**, responsabile logistica di magazzino presso PostLogistics SA

Sempre più imprese non esternalizzano solo trasporti e magazzino, ma acquistano altri servizi a valore aggiunto (value added services) che vanno ben oltre le prestazioni di base e variabilizzano i costi fissi aziendali.



Logistica = trasporti + stoccaggio? Da tempo è una formula riduttiva: oltre a tutte le procedure del flusso merci, la logistica oggi comprende operazioni come il raggruppamento di singoli componenti, il reimballaggio o una predisposizione della merce che agevoli il destinatario. Tali attività richiedono tempo, necessitano di grande competenza e rappresentano una sfida, soprattutto per le PMI con risorse limitate.

Pertanto, secondo l'ultimo «Studio sul mercato della logistica svizzera» dell'associazione di settore GS1 e dell'Università di San Gallo, sempre più aziende non esternalizzano solo i trasporti o il magazzino, ma acquistano interi pacchetti di servizi a valore aggiunto (value added services, VAS). La gamma spazia dalla prezzatura delle merci all'assemblaggio dei dispositivi. Questi servizi offrono un vantaggio decisivo alle aziende: quello di pagare solo ciò che utilizzano. Non devono cioè investire in infrastrutture interne che non sempre impiegherebbero a pieno regime e possono affrontare con efficienza i picchi.

Cross docking a valore aggiunto

I VAS detengono un ruolo chiave soprattutto nel cross docking (movimentazione merci senza stoccaggio), permettendo alle imprese di non dover più trattare personalmente la loro merce. Moderni operatori logistici come la Posta si occupano del controllo, delle verifiche

sulla qualità e del commissionamento delle merci in ingresso; reimballano la merce, la raggruppano insieme a prodotti di altri fornitori e la preparano al trasporto successivo.

Tra le altre opzioni si annoverano la composizione di set o gli adattamenti al mercato svizzero (sostituzione di istruzioni, garanzie o spine per i dispositivi elettrici).

Assemblaggio e fornitura di prodotti pronti all'uso

Spesso con il cliente si elaborano anche soluzioni globali. L'ampiezza della loro portata è dimostrata dall'esempio di un produttore svizzero di impianti di riscaldamento e climatizzazione: i componenti di fornitori di tutto il mondo vengono recapitati al centro logistico della Posta di Mägenwil, dove i dispositivi vengono assemblati da collaboratori della Posta in base alle indicazioni dei clienti e quindi consegnati pronti all'uso in cantiere.

Tali servizi a valore aggiunto consentono alle imprese di focalizzarsi sulla loro attività principale, evitando costose soluzioni interne, trasformando i costi fissi in variabili e aumentando infine l'efficienza.

Offerta

Il vostro consulente clienti personale è lieto di mostrarvi come ottimizzare la filiera, migliorare il livello dei servizi, incrementare l'efficienza e ridurre a lungo termine i costi fissi grazie a servizi intelligenti a valore aggiunto.

Altre informazioni e video introduttivo:

► post.ch/crossdocking-vas



Stessa qualità con meno sforzi

di Daniel Meierhans



In fase di pianificazione e implementazione dell'esternalizzazione, il responsabile della cancelleria comunale Namgyal Gangshontsang ha potuto contare sulle competenze pratiche dell'ex usciere Andreas Blättler (a destra).

Il comune di Zollikon (ZH) ha esternalizzato la gestione della posta interna, una misura che riduce il lavoro amministrativo e soddisfa al contempo le esigenze di qualità. Il servizio della Posta può essere adeguato esattamente alle necessità del cliente.

Le lettere e i pacchi si portano alla Posta e non direttamente al destinatario. Questo è ovvio. «Ma per noi la spedizione e la ricezione postale non terminano alla cassetta delle lettere», spiega Namgyal Gangshontsang, responsabile della cancelleria comunale di Zollikon: «Al mattino le spedizioni devono essere smistate e consegnate, la sera ritirate, affrancate e allocate ai centri di costo». Se la Posta si occupa anche di queste mansioni, l'invio e la ricezione si trasformano in un processo end-to-end permanente.

Nell'autunno 2016, a far decidere per l'esternalizzazione della posta interna del comune è stato l'imminente pensionamento dell'usciere comunale. Ben presto Gangshontsang si era infatti reso conto che nell'era digitale la funzione dell'usciere è ormai superata. In alternativa ha dunque disposto una ripartizione dei compiti precedentemente assolti dall'usciere, valutando anche possibilità di esternalizzazione.

Elevate esigenze di qualità

«L'outsourcing della posta interna era un'opzione evidentemente valida. Per queste attività ci serve una persona occupata al 50 per cento circa», spiega Gangshontsang. Per lui era però anche importante che il fornitore del servizio fosse all'altezza del precedente standard qualitativo. Il comune, per esempio, presenta esigenze di riservatezza straordinariamente elevate. E anche il recapito ai destinatari interni deve filare liscio, dato che per le attività degli uffici anche piccoli ritardi possono compromettere il rispetto delle scadenze. Per Gangshontsang era inoltre essenziale che l'outsourcing non complicasse le procedure nei reparti.

Nella valutazione dei fornitori di servizi, la Posta è risultata l'unico operatore in grado di soddisfare tutte le esigenze.



Il contatto quotidiano della Posta con il comune. Corrispondenza pronta per l'affrancatura (a destra).

Produttività e trasparenza dei costi

Ora il comune di Zollikon ha esternalizzato tutte le procedure postali: al mattino la Posta smista le spedizioni e le consegna ai singoli reparti, di modo che siano recapitate senza ritardi nelle vaschette portacorrispondenza. La sera la Posta non ritira soltanto le spedizioni, ma le affranca anche e attribuisce le spese ai rispettivi centri di costo del comune. Il tutto è completato da un servizio corriere tra l'ospedale di Zollikerberg e l'ufficio dello stato civile.

A convincere Gangshontsang non sono stati solo i risultati ma anche le modalità con cui i referenti della Posta hanno avviato il progetto insieme al comune: «Sin dall'inizio i colloqui sono stati estremamente franchi e produttivi». Fondamentale si è rivelata anche la trasparenza dei costi: il prezzo di ogni singola variante è sempre stato chiaro.

Vantaggi per la cancelleria e i reparti

Secondo Gangshontsang l'esternalizzazione non ha ridotto soltanto il suo personale lavoro organizzativo, visto che la Posta fornisce un sostituto in caso di ferie o altre assenze. Anche i collaboratori dei reparti ne beneficiano. Ciascun reparto, per esempio, riceve una lista elettronica dei destinatari delle proprie raccomandate (PDF con numero di spedizione ai fini della tracciabilità). Così i collaboratori sanno sempre dove si trovano le spedizioni. Ora anche le attribuzioni delle spese ai rispettivi centri di costo sono molto più comode, grazie a un documento contabile adeguato alle specifiche esigenze. Ai tempi l'uscire doveva contabilizzare i costi di affrancatura con un meticoloso lavoro manuale.

Soluzione

Desiderate risparmiare tempo e ridurre gli sforzi nella gestione della posta in ingresso e in uscita? La Posta aiuta le aziende a semplificare queste attività e a ottimizzare le procedure, elaborando formule mirate di outsourcing dei servizi postali. L'obiettivo è di sviluppare soluzioni ritagliate sulle esigenze dei clienti con costi procedurali complessivi contenuti.

► post.ch/soluzioni-clienti-lettere

Namgyal Gangshontsang, responsabile della cancelleria del comune di Zollikon

Da poco meno di un anno e mezzo, il traduttore diplomato è alla guida della cancelleria del comune di Zollikon. Facendo parte del consiglio comunale di Oetwil am See, conosce bene anche i risvolti politici dell'amministrazione. Professionalmente ha acquisito esperienza in ambito finanziario, consulenziale e dei servizi.

► www.zollikon.ch





Più successo con il test dei mezzi pubblicitari

Avete idee originali per una campagna di marketing diretto, ma non siete sicuri del mezzo pubblicitario più adatto al vostro target? Il test dei mezzi pubblicitari PromoPost vi aiuta a individuarlo. Nel mercato da voi definito e secondo il principio di casualità, i postini recapiteranno diverse varianti del vostro mezzo pubblicitario senza indirizzo. Otterrete così indicazioni significative per ottimizzare la vostra strategia di mailing e garantire il successo della vostra campagna.

Vantaggi

- Strumento semplice e conveniente per testare diversi mezzi pubblicitari
- Elevata attendibilità grazie al recapito casuale delle singole varianti

► posta.ch/promopost

Cogliere esattamente nel segno

Grazie ai nostri seminari sul marketing diretto (in tedesco), imparerete a ottenere il massimo dai vostri messaggi. Gli argomenti spaziano dalla redazione e progettazione, passando per la vendita, fino alle campagne di mailing e social media. Approfittate subito del know-how dei nostri relatori.

20 per cento di sconto per chi si iscrive subito

Le lettrici e i lettori di «Concreto», che si iscrivono a un seminario entro il 13 aprile 2017, beneficiano del 20 per cento di sconto. È sufficiente inserire il codice promozionale «KONKRET17» durante l'iscrizione online.

► post.ch/dm-seminare

Invio lettere a portata di clic

Con E-Post Print & Send vi basta un clic per consegnare le vostre lettere e fatture alla Posta e affidarle alla stampa, l'imballaggio e la spedizione.

► posta.ch/printandsend

2 giorni gourmet da sogno? Partecipate subito al concorso!

Quali sono i costi che le aziende possono ridurre significativamente attraverso l'outsourcing?

- I costi accessori
 I costi fissi

Termine di partecipazione: 14 aprile 2017.



GAS/ECR/ICR

Nicht frankieren
 Ne pas affranchir
 Non affrancare

50405180
 000001



LA POSTA

Posta CH SA
 PostMail
 Servicecenter Direct Marketing
 Wankdorfallee 4
 3030 Berna



Temperatura ottimale

Con ThermoCare Ambient, la Posta offre ora una soluzione passiva per la spedizione a temperatura controllata di farmaci tramite pacco o invio espresso. Grazie a due accumulatori di calore, lo speciale box mantiene una temperatura ideale di 15-25 gradi per tutta la durata del trasporto. Mittenti e destinatari possono contare su tempistiche rapide e procedure snelle: una volta ricevuto, il box può essere riempito immediatamente.

► posta.ch/thermocare-ambient

Il vostro referente della Posta

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

Immagini: Posta CH SA | iStock



Logistica senza effetti collaterali

Le aziende che si occupano di stoccaggio e trasporto di prodotti farmaceutici ora possono approfittare di una soluzione logistica completamente automatica (Autostore) presso il magazzino di Villergen. Sia il magazzino che l'Autostore hanno ottenuto la certificazione dell'Istituto svizzero per gli agenti terapeutici Swissmedic.

► posta.ch/logistica-sanitario

La logistica dell'e-commerce dal vivo

Avete sempre voluto sapere cosa succede dietro le quinte quando il cliente di un'e-shop clicca su «Acquista»? Partecipate a una visita guidata gratuita a Oftringen e scoprite dal vivo YellowCube, la soluzione logistica completa altamente automatizzata della Posta per il commercio online.

► posta.ch/visiteguidate

Colophon

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

Richiesta di correzione dell'indirizzo

I miei dati precedenti:

I miei nuovi dati:

Telefono: _____

E-mail: _____

La torta di compleanno la prepara la pasticceria

È opinione comune che le madri siano grandi esperte di pazienza e sensibilità. Il che è sicuramente vero. Ma non sono da sottovalutare nemmeno le competenze economiche che le madri acquisiscono nel loro ruolo. Che il lavoro notturno meriti una retribuzione maggiore, per esempio, l'ho compreso appieno soltanto quando è nato il mio primo figlio. E anche i vantaggi dell'«outsourcing» li ho sperimentati solo una volta diventata madre. Ebbene sì, nell'ultimo decennio sono diventata una maestra dell'esternalizzazione. È vero che una famiglia non è una PMI, ma il principio economico dell'outsourcing le calza a pennello. Per fare un esempio: se non delegassi determinati lavori, questa rubrica non esisterebbe. Ora, invece di affinare le frasi, stirerei le camicie. Investirei quindi alcune ore in un lavoro per il quale non dispongo né degli strumenti appropriati (il mio ferro da stiro è del secolo scorso) né delle abilità necessarie (scusate, come si tolgono le pieghe dalle maniche?). Per non parlare della voglia.

Devo dire però che per anni ho fatto tutto da sola. Ho lavato, pulito, stirato e preparato le torte di compleanno per i miei figli. Pensavo infatti che fosse la cosa giusta per una buona madre. Grazie a Dio a un certo punto mi sono resa conto che, concentrandomi su quello che so fare bene invece

di dedicarmi ad attività che altri sanno fare meglio e più rapidamente, restano non soltanto più risorse nel bilancio familiare ma anche più tempo per i figli. La mia immagine non ne ha risentito. Al contrario: da quando mi occupo solo di quello per cui sono portata, le camicie sono stirate come si deve, le torte sono più buone e io mi sento una madre più equilibrata. Per tutto questo serve naturalmente un partner che comprenda le esigenze individuali dei suoi clienti: la mia pasticceria di fiducia ha capito subito che la torta di compleanno deve essere di cioccolato, avere un aspetto non troppo perfetto ed essere decorata con tanti smarties colorati in modo da sembrare fatta in casa. In fondo, una buona comunicazione è l'abc dell'esternalizzazione.

Chi è l'autrice

Nicole Althaus è autrice, editorialista 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».



Immagine: Anne Gabriel-Jürgens

Concorso

Un soggiorno gourmet da sogno con vista sul Lago di Zurigo

Godetevi un soggiorno all'Hotel Seedamm Plaza di Pfäffikon (SZ) e, prima di un'indimenticabile visita al casinò, gustatevi un menù gourmet a 4 portate con tanto di vini abbinati presso il ristorante PUR. Rispondendo alla domanda sulla cartolina, potrete vincere:

- **1 pernottamento per 2 persone comprensivo di colazione a buffet e cena da 16 punti Gault-Millau con vini selezionati!**

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.



Vincitore di «Concreto» 3/16
France Loisirs Suisse Sàrl,
Lausanne

Immagine: Hotel Seedamm Plaza



Posta CH SA
3030 Berna



219.23.1