

Fa fede il discorso effettivamente pronunciato.



Dieter Bambauer

Membro della Direzione del gruppo
Responsabile PostLogistics

Dinamismo giallo.

LA POSTA 

Stimati giornalisti, stimate giornaliste,
gentili Signore, egregi Signori,

ci troviamo qui oggi per mostrarvi come la Posta semplifica il commercio online, per i commercianti online come per i loro clienti.

Due anni e mezzo fa, la Posta ha lanciato la sua strategia e-commerce che include servizi lungo tutta la catena di creazione del valore dell'e-commerce e di cui beneficiano sia clienti commerciali sia la clientela privata.

Per i clienti commerciali la Posta propone una soluzione completa che comprende consulenza, marketing, ordinazioni e pagamenti, logistica e servizio clienti. Particolarmente degna di nota è la soluzione logistica YellowCube per i commercianti online che, dal 2014, si fa carico in modo completamente automatizzato di tutta la logistica inclusa la gestione ritorni.

Per i clienti privati la Posta ha introdotto vari servizi che hanno reso ancora più semplice la ricezione e la spedizione dei pacchi e quindi lo shopping online:

da maggio 2013 esiste il recapito serale e di sabato

da luglio 2013 la Posta ritira i pacchi a domicilio (pick@home)

da settembre 2013 gli invii mancati possono essere gestiti online

da dicembre 2013 la Posta sta installando sportelli automatici My Post 24 sull'intero territorio nazionale

da dicembre 2014 la Posta comunica il recapito di pacchi via SMS o e-mail (I miei invii)

Parallelamente all'estensione delle prestazioni, la Posta investe nell'infrastruttura. Negli ultimi anni sono infatti state trasportate quantità record di pacchi: lo scorso anno, sono stati quasi 112 milioni. Inoltre, con l'e-commerce i tempi di consegna sono diventati

sempre più brevi. La percentuale dei pacchi prioritari rapidi è aumentata di oltre il 30% negli ultimi 15 anni e ammonta oggi a circa il 50%. Per preservare l'elevata qualità e la puntualità di recapito anche con volumi di pacchi e velocità di consegna in aumento, la Posta dota i suoi tre centri pacchi di Härkingen, Frauenfeld e Daillens di ulteriori impianti di spartizione. L'ampliamento a Härkingen si è concluso nel 2014, mentre a Frauenfeld si concluderà questo ottobre e a Daillens nell'autunno 2016. Grazie ai lavori di ampliamento, la capacità di trattamento è salita del 25%.

Sono due i motivi per cui la Posta fa tutto questo.

Primo: il mercato dell'e-commerce è in forte crescita – nel 2014 di oltre il 7% – e offre quindi alla Posta possibilità di crescita. Secondo: la concorrenza non rimane di certo a guardare. Nel mercato logistico, nel direct marketing, nel traffico dei pagamenti e in altri settori di attività, la Posta si trova in un regime di libero mercato. Con servizi intelligenti e un'elevata qualità, in questi settori di attività la Posta resta il numero uno per i propri clienti.

Nell'e-commerce svizzero oggi la Posta è il maggiore fornitore di servizi per clienti commerciali e privati. Con le sue offerte, la Posta desidera contribuire a definire lo sviluppo del mercato e rendere più semplice l'e-commerce.



La Posta gode di buona salute. È leader del mercato e della qualità nel settore CEP (Corriere, Espresso e Pacchi) e ha in cantiere numerosi nuovi progetti innovativi. I test con i droni sono solo uno di questi. Il mercato dell'e-commerce è in piena espansione e significa per la Posta un maggior volume di pacchi, ma anche cambiamenti costanti nella logistica, con nuove esigenze: recapito tramite GPS, recapito con i droni, ecc. Inoltre, con l'espansione del settore logistico nell'e-commerce, aumenta la concorrenza.

E-Commerce 3.0

- Le maggiori aziende del commercio a distanza investono in sistemi logistici propri
- Arrivano nuovi concorrenti estranei al settore (Google, Amazon, eBay, ecc.)
- Si affermano modelli di creazione del valore alternativi
- La digitalizzazione diventa un elemento centrale di spinta e facilitazione



Attori estranei al settore offrono sempre più prestazioni logistiche. Così facendo, diventano concorrenti che non hanno bisogno di ricavare utili dalla logistica, perché ottengono già utili con la loro attività di base. E le maggiori aziende del commercio a distanza investono in sistemi logistici propri. Negli USA Amazon è già arrivata al punto di occuparsi essa stessa della logistica.

Il commercio tradizionale lancia nuovi modelli di business: multi-channeling, click and collect o drive and collect.

E-Commerce 3.0 – La Posta

- Consolidare i punti di forza
- Analytics e Big Data
- Flessibilizzazione e personalizzazione
- Interconnessione
- TWINT e gestione del capitale circolante

Creare vantaggi senza limiti

La Posta si sta preparando a questa sfida, da una parte investendo nell'infrastruttura e nel miglioramento dei processi, dall'altra anche ampliando le proprie prestazioni e i propri punti di forza. Due delle principali parole chiave al momento sono la flessibilizzazione e la personalizzazione delle prestazioni della Posta.

E-Commerce 3.0 – La Posta

- Consolidare i punti di forza
- Analytics e Big Data
- **Flessibilizzazione e personalizzazione**
- Interconnessione
- TWINT e gestione del capitale circolante

Creare vantaggi senza limiti



Login Post Connector: un login unico per tutti gli shop online

Finora



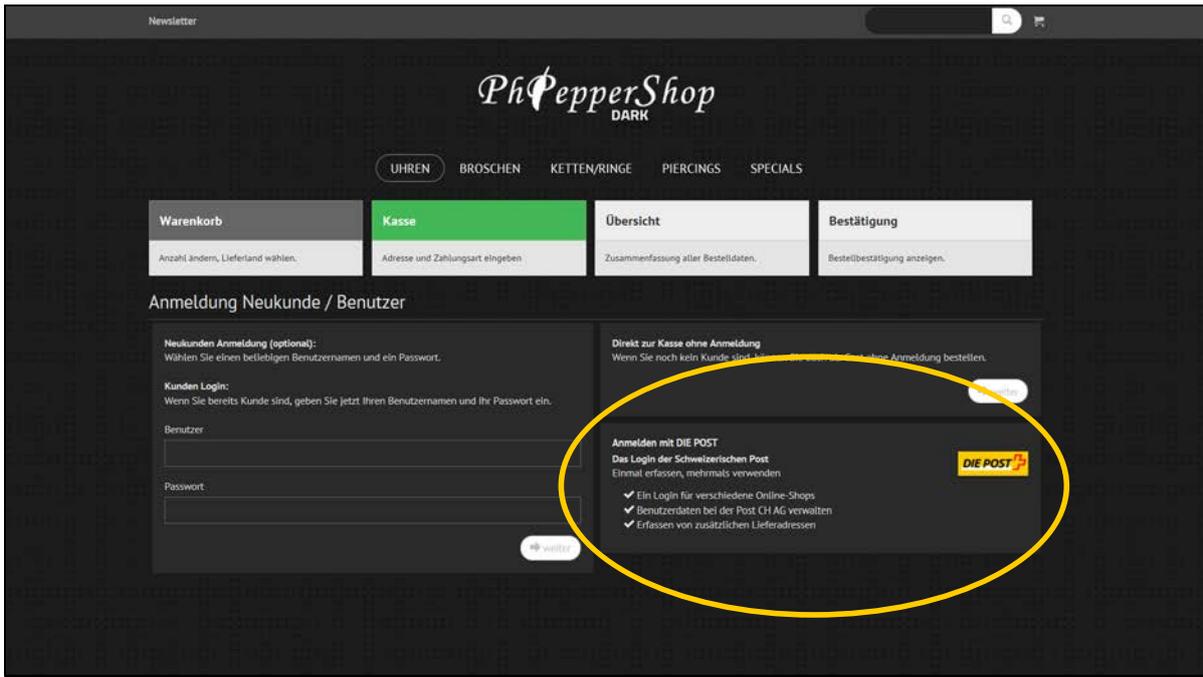
Login Post Connector



Con questa finalità, la Posta introdurrà questo autunno due nuovi servizi elettronici: Login Post Connector e il cockpit per gli invii sul sito web della Posta. Questi servizi renderanno il commercio e lo shopping online molto più semplici, consentendo in futuro ai clienti di gestire e reindirizzare i pacchi online in base alle loro esigenze.

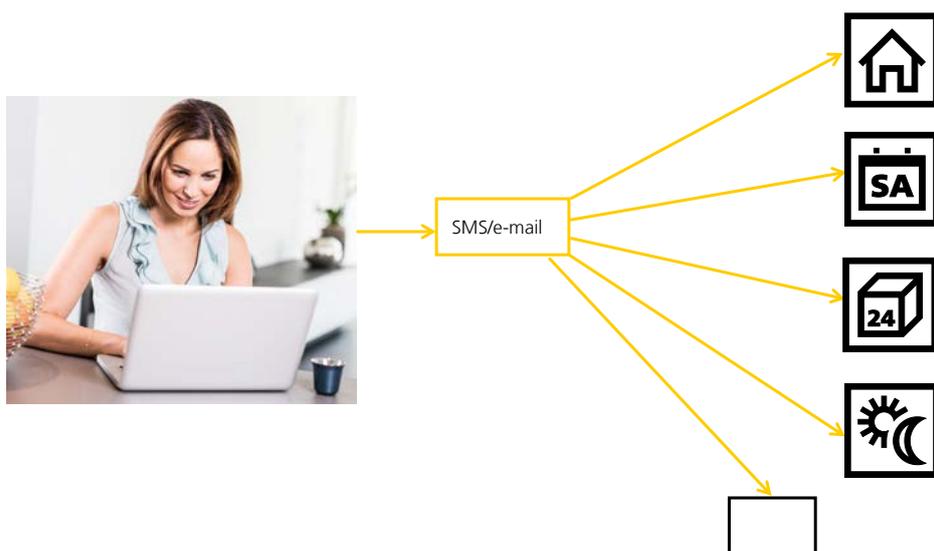
Il primo servizio, Login Post Connector, è un login elettronico che i commercianti online possono integrare nel proprio shop online, creando quindi un collegamento elettronico con la Posta. Senza Login Post Connector gli acquirenti online si trovano davanti al seguente problema: ogni shop online dispone di un login separato con requisiti diversi relativamente a nome utente e password. Gli acquirenti online sono quindi costretti a ricordare un gran numero di dati di login. Con Login Post Connector tale ostacolo viene superato: se i commercianti online integrano Login Post Connector ai loro shop online, su questi negozi i clienti possono registrarsi ed effettuare gli ordini con un solo nome utente e password: quello della Posta. Login Post Connector è, per così dire, un passepartout elettronico. I clienti registrano i loro dati e indirizzi di consegna una sola volta nel centro clienti sul sito web della Posta e non separatamente in ciascuno shop. In caso di trasloco, l'indirizzo non deve più essere modificato per ogni shop online, bensì basta cambiarlo una sola volta sul sito web della Posta.

Login Post Connector semplifica l'attività dei commercianti online, soprattutto di quelli piccoli e medi. Se i commercianti online puntano completamente su Login Post Connector, non avranno più alcun bisogno della gestione indirizzi e potranno anche rinunciare a gestire gli account utente. Inoltre, saranno in grado di offrire ai propri clienti maggiore comfort e servizi, fidelizzandoli. In particolare, questo accade poiché, grazie al collegamento a Login Post Connector, le opzioni di ricezione come My Post 24 o PickPost sono automaticamente a disposizione durante l'ordinazione dallo shop. Inoltre, grazie a Login Post Connector i clienti dovranno ricordare una sola password. Gli indirizzi dovranno essere registrati e modificati una sola volta. Login Post Connector sarà a disposizione dei commercianti online a partire da novembre come integrazione al loro shop.



Screenshot Login Post Connector

Cockpit degli invii: gestire i pacchi online



Il secondo nuovo servizio, il cockpit per gli invii, verrà introdotto dalla Posta a fine novembre nel centro clienti del proprio sito web. In questo centro clienti, i clienti hanno già oggi a disposizione vari servizi online.

Nel nuovo cockpit per gli invii, i clienti possono registrare i propri dati e indirizzi di consegna. Login Post Connector è in grado di accedervi, mettendoli a disposizione degli shop online. Inoltre, il cockpit per gli invii offre ai clienti una panoramica su tutti i pacchi e lettere raccomandate e, in una prima fase, la possibilità di gestire gli invii mancati. Per esempio, i clienti possono richiedere online un secondo recapito serale per i pacchi mancati, quando sono a casa.

In una seconda fase, l'obiettivo della Posta è quello di affidare ai propri clienti, nel corso del 2016, la gestione completa dei loro pacchi e delle lettere raccomandate. Quindi, non solamente degli invii mancati, bensì anche di quegli invii che devono ancora raggiungere i clienti stessi. Il cockpit per gli invii si trova alla base di tutto ciò. Concretamente ciò significa: appena viene avviata la spedizione di una lettera raccomandata oppure un pacco il cliente visualizzerà l'invio nel cockpit per gli invii. A ogni variazione dello stato, il cliente riceve una notifica via SMS oppure e-mail. Non sarà necessario informarsi attivamente dal cockpit per sapere se l'invio è in viaggio verso il destinatario. Appena un invio compare nella panoramica, i clienti possono reindirizzarlo, qualora il luogo o il momento di consegna indicato non sia quello desiderato. Un chiaro incremento della flessibilità.

Facciamo un esempio: ordino un cellulare da uno shop online e, come luogo di consegna, fornisco il mio indirizzo dell'ufficio presso la sede principale della Posta a Berna. Lo shop online mi comunica che il pacco arriverà lunedì 5 ottobre 2015. Tuttavia, un giorno dopo l'ordinazione, mi ricordo che quel lunedì non lavoro a Berna, bensì che ho una riunione presso il Centro pacchi Härkingen. Voglio comunque ricevere assolutamente il cellulare quel lunedì. In futuro, questo non sarà più un problema: potrò effettuare l'accesso al centro clienti del mio cockpit per gli invii; dove compare il pacco

del commerciante online e modificare quindi l'indirizzo dell'ordinazione al Centro pacchi Härkingen e il mio cellulare verrà reindirizzato. Il lunedì lo riceverò a Härkingen.

Per quale motivo la Posta consente ai suoi clienti di gestire gli invii e sviluppa un login per gli shop online? L'utilizzo del cockpit per gli invii e di Login Post Connector è gratuito per i clienti. Per la Posta, offrire questi servizi vuol dire ben altro. Si tratta infatti della fidelizzazione dei clienti: i clienti privati che possono gestire i loro pacchi con la Posta e quindi riceverli comodamente e acquisteranno più volentieri presso gli shop online che collaborano con la Posta. A loro volta, questi ultimi saranno stimolati ad affidare la logistica nella mani della Posta. Tutto questo genera pacchi da trasportare per la Posta. Non bisogna dimenticare un secondo aspetto: più i clienti ricevono pacchi dopo avere personalizzato la modalità, più invii raggiungeranno i clienti al primo recapito. Ciò non ha un effetto positivo esclusivamente sulla soddisfazione dei clienti, bensì anche sugli oneri della Posta e quindi sui costi. La quantità di invii e l'ottimizzazione dei costi sono oggi aspetti non trascurabili nel mercato dei pacchi, poiché la concorrenza nella logistica dei pacchi ha una connotazione sempre più internazionale. Nuovi offerenti esterni al settore premono sul mercato della logistica. Amazon, Google oppure Uber sono solo alcuni di questi. Questi fornitori non devono ottenere alcun utile sulla consegna, poiché lo realizzano nella loro attività di base. Per questo, con i suoi nuovi servizi la Posta si prepara ad affrontare la concorrenza.

De Fr It En Suchbegriff eingeben Dieter Bambauer dieter.bambauer@dpz

DIE POST Meine Sendungen Info > Kontakt >

Kundencenter > Alle Onlinedienste > Meine Sendungen

Meine Sendungen

Alles im Überblick

Enter search term

Bereits gelieferte Sendungen einblenden

	PostPac Priority, software.ch Status: Unterwegs, Calculated delivery time: 2015-10-07	<input type="button" value="Details"/>
	PostPac Priority, Post CH AG Status: Unterwegs, Calculated delivery time: 2015-10-05	<input type="button" value="Details"/>
	PostPac Priority, PhPepperShop Status: Unterwegs, Calculated delivery time: 2015-10-02	<input type="button" value="Details"/>
	Einschreiben R Inland, Gemeinde Lysc Lysc Status: Unterwegs, Calculated delivery time: 2015-10-09	<input type="button" value="Details"/>
	PostPac Economy, Ex Libris AG Status: Geleferet, Calculated delivery time: 2015-09-08	<input type="button" value="Details"/>
	PostPac Economy, Universitätsspital Status: Geleferet, Calculated delivery time: 2015-08-14	<input type="button" value="Details"/>
	PostPac Priority, buttinette Textil-Versandhaus GmbH Status: Geleferet, Calculated delivery time: 2015-06-10	<input type="button" value="Details"/>
	PostPac Economy, SN Handels AG Status: Geleferet, Calculated delivery time: 2015-06-02	<input type="button" value="Details"/>
	PostPac Priority, Bakeria GmbH Status: Unterwegs, Calculated delivery time: 2015-10-06	<input type="button" value="Details"/>

PARCEL / Editieren X

25 cm 15 cm 8 cm

Platz im Ablagekasten: Ja
Gewicht: 640 g
Sendungsnummer: 993310514623199106 -

Lieferung: 2015-09-22

Sendungsstatus:

gemeldet unterwegs zugestellt

[+ Mehr über den Status](#)

Weitere Einstellungen

Screenshot Cockpit degli invii



Torniamo però a Login Post Connector e al cockpit per gli invii. Affinché risulti allettante gestire gli invii, sono necessarie diverse opzioni di ricezione. Con gli sportelli automatici per i pacchi, i recapiti serali e di sabato e PickPost, la Posta offre possibilità di ricezione già flessibili. Questo autunno introdurrà altre varianti di ricezione e amplierà i servizi già esistenti.

Ad esempio, a ottobre la Posta avvierà un test per il recapito domenicale nelle città di Zurigo, Ginevra, Losanna e Basilea. Il recapito è a cura di partner di trasporto della Posta. Se il test avrà esito positivo, per il 2016 la Posta pianificherà il recapito domenicale per i clienti commerciali in alcune città selezionate.

Continua inoltre l'ampliamento della rete degli sportelli automatici My Post 24 e l'incremento dei relativi servizi. Dal mese di giugno 2015 si sono aggiunti, per esempio, sportelli automatici presso le stazioni FFS. Anche le prestazioni dei distributori automatici vengono ampliate. Per esempio, ora le lettere raccomandate potranno essere ritirate e impostate dai distributori automatici. Inoltre, la rete dei punti PickPost sarà fortemente ampliata e si passerà da 700 a oltre 2400 punti PickPost.

Verranno incrementate anche le opzioni per pacchi mancati. Ora i clienti possono per esempio richiedere online un secondo recapito dell'invio mancato la sera, quando sono a casa. Questo autunno vi saranno anche altre novità per la ricezione dei pacchi. I dettagli si trovano nel dossier per i media.

Vedete quindi, gentili giornalisti e giornaliste, come la Posta rende l'e-commerce ancora più semplice, per i commercianti online e per i clienti privati, introducendo un solo login per tutti gli shop online; nel corso del 2016 passerà ai propri clienti la gestione completa dei loro invii. In questo modo la Posta apporta un contributo allo sviluppo del mercato dell'e-commerce in Svizzera.

Grazie per l'attenzione.