

Info Post

Das Magazin für unsere Geschäftskunden
April 2010

DIE POST 

**My Post Business. Jetzt noch besser:
Ihr neues Postgeschäft online**



- 2 ■ Klimaschutz: **Post dankt ihrem 100. «pro clima»-Kunden**
■ MAT[CH]move online: **Die schnelle Quelle für Umzugsadressen**
- 3 ■ Preisanpassungen: **Versand: Vorarbeit wird honoriert**
- 4 ■ Sonntagsaufgabe Swiss-Express «Mond»: **Sonntagabend los, Montagmorgen da**
■ Webservice «Sendung verfolgen»: **Alles im Blick mit einem Klick**
■ Webservice «Barcode»: **Schnell, bequem und aus einem System**
- 5 ■ My Post Business: **Wir bewegen Sie auch online!**
- 6 ■ Direct Marketing für kleine Budgets: **Effektive Werbung mit kleinem Budget**
■ DirectFactory: **Postkartenmailings aus Ihrer eigenen Kreativfabrik**
■ Agenda
- 7 ■ Geschäftliche Auslandssendungen: **Ihr internationaler Briefversand**
■ Internationale Retourenlösung für Distanzhändler: **Ausland retour: kostenlose Warenrücksendung für Ihre Kunden**
■ Import USA: **Der tiefe Kurs ist Ihr Gewinn!**
- 8 ■ SWICA Gesundheitsorganisation: **Adressenmanagement ohne Kopfschmerzen**
- 9 ■ Engelberger Druck AG: **Qualität von der Post als Verkaufsargument**
- 10 ■ Kundenbesuche der Post: **Nahaufnahme der Bedürfnisse**
■ Studie Empfängerkundenindex: **Wer zustellt, kommt sehr gut an**
- 11 ■ Kundenorientierung der Post: **Den Puls der Kunden spüren**
■ Leserbefragung 2009: **Danke schön!**
- 12 ■ Elektronische Sicherheit: **Gewinnen Sie drei hochwertige SwissSticks!**

Klimaschutz

Post dankt ihrem 100. «pro clima»-Kunden

Seit einem Jahr können im Rahmen der «pro clima»-Initiative der Schweizerischen Post Briefe, Pakete und Güter mit einem Zuschlag versandt und damit CO₂-Emissionen kompensiert werden. Die gesammelten Zuschläge investiert die Post in Emissionszertifikate aus einem Klimaschutzprojekt, das ohne Zusatzfinanzierung nicht realisierbar wäre. Die Post nutzt «pro clima» selber für die Beförderung ihrer eigenen Korrespondenz. Vor allem aber sind es inzwischen über 100 Geschäftskunden der Post, die seit der Einführung der Klima-

schutzinitiative für mehr als 55 Millionen Sendungen «pro clima»-Zuschläge bezahlt haben.

Ihrem 100. «pro clima»-Kunden, der Transa Backpacking AG, Zürich, hat die Post ein zweifaches Dankeschön überreicht, das Jahrbuch der Schweizer Briefmarken sowie einen Gutschein. Mit Letzterem übernimmt die Post während eines Jahres sämtliche «pro clima»-Zuschläge für die Transa AG. *lh*

www.post.ch/klima

MAT[CH]move online

Die schnelle Quelle für Umzugsadressen

Korrekte und aktuelle Adressen sind die Basis für einen erfolgreichen Kundendialog. Mit MAT[CH]move online rufen Sie rund um die Uhr über das Internet neue Adressdaten ab – jetzt auf noch bequemere Weise.

Zu viele Retourensendungen erhalten? Dann geben Sie auf MAT[CH]move online einfach die letzten bekannten Kundenadressen ein – und schon erhalten Sie die korrekten und aktuellen Daten Ihrer Kunden. In den Suchresultaten sind die bis zu zehn Jahre alten Adressen mit den jetzigen verknüpft. So können sogar verloren geglaubte Adressen reaktiviert werden.

So folgen Sie Ihren Kunden

Die Post hält in ihrer Umzugsdatenbank jeden Monat rund 100 Millionen Adressdaten à jour. Diese Datenbank bildet die Basis für MAT[CH]



MAT[CH]move online – und Sie wissen, wo Ihre Kunden hinziehen.

move online – die Webapplikation für Ihre Datenpflege. Als registrierter Kunde erledigen Sie damit auf einfache Weise Einzelabfragen zu Adressdaten. Die Informationen umfassen die Geschehnisse «Umzug», «unbekannt weggezogen», «offizielle Adressanpassung», «Todesfall» sowie «Umzug ins Ausland». Seit Oktober 2009 bietet Ihnen die Applikation noch mehr Komfort: Sie profitieren von einer verbesserten Menüstruktur, können die gefundenen Adressmutationen in eine Excel-Datei exportieren und erhalten wichtige Tipps für die Nutzung Ihrer schnellen Datenquelle. *an*

www.post.ch/match

Impressum

Herausgeberin: Die Schweizerische Post, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern
infopost@post.ch, www.post.ch/infopost

Redaktion: Die Schweizerische Post: Manuela Hamadi (ham), Lucie Hribal (lh), Michael Wiget (mw)

BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuwenschwander (an)
texter.in, Wortagentur: Jamie Wong-Li (jime)

Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern

Druck: Stämpfli Publikationen AG, Bern

Adressänderungen: Fax 058 667 33 59

Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.



Mix
Produktgruppe aus vorbildlicher
Waldwirtschaft und anderen
kontrollierten Herkünften

Cert no. SQS-COC-100261

www.fsc.org

© 1996 Forest Stewardship Council

Preisanpassungen

Versand: Vorarbeit wird honoriert

Erstmals seit über sieben Jahren passt die Post die Preise für den Versand von Inlandpaketen an: Schwere Pakete kosten ab 1. April 2010 einen Franken weniger, leichte bis fünf Kilogramm hingegen einen Franken mehr. Für online vorbereitete Sendungen gibt es künftig Ermässigungen.

Die seit den letzten Anpassungen aufgelaufene Teuerung von sechs Prozent, eine Erhöhung der leistungsabhängigen Schwerverkehrsabgabe (LSVA) sowie gestiegene Löhne haben die Kosten in die Höhe schnellen lassen. Daher werden nun beim Paketversand die Listenpreise für den Schalterversand angepasst. Beim Paketversand über den Postschalter decken die Einnahmen die Kosten schon lange nicht mehr.

Konkret werden Pakete bis fünf Kilogramm einen Franken teurer, schwerere Pakete einen Franken günstiger. Gleichzeitig werden die Umsatzrabatte verdoppelt. Die Pakete können auch über WebStamp frankiert werden. Für solche Pakete bis fünf Kilogramm gibt es einen Franken Rabatt. Somit können die Kunden, die keine vertraglich vereinbarten Preise haben, die Preiserhöhungen bei den leichten Paketen umgehen. Weiter werden die Listenpreise für die Swiss-Express-Produkte auf den nächsten Frankenbetrag aufgerundet.

Elektronisch erstellter Frachtbrief

Im internationalen Versand (Briefe, PostPac International, URGENT-Kurier) werden die Listenpreise im Schnitt um rund sieben Prozent angehoben. Für alle URGENT-Business-Sendungen und PostPac International (PRIORITY und ECONOMY), die mit einem elektronisch erstellten Frachtbrief aufgegeben werden, wird eine Vergütung von drei Franken gewährt. Die Vergütung wird sowohl auf den Listenpreisen als auch auf den vertraglich vereinbarten Preisen gewährt und erfolgt direkt auf Rechnung.

Die letzte Anpassung für Auslandsbriefe bis 20 Gramm erfolgte im Jahr 2000. Auch beim Auslandsversand deckt ein Grossteil der Produkte ihre Kosten nicht mehr, die Post muss zudem höhere Abgaben an die Zustellländer entrichten.

Verzollungskosten höher als erwartet

Seit 2008 ist die Post aufgrund der neuen Zollverordnung verpflichtet, für alle aus dem Ausland kommenden Postsendungen die Postverzollung mit eigenen Zolldeklaranten durchzuführen. Die damals erwarteten Sendungsvolumen haben sich als nicht der Realität entsprechend herausgestellt. Die Preise sollen nun schrittweise den realen Kosten angepasst werden: Alle Preiskategorien werden ab 1. April 2010 voraussichtlich zwei Franken teurer.

Die Post hat auch dann von allen in der Schweiz tätigen Logistikdienstleistern noch die günstigsten Verzollungsgebühren. Zudem sind über

Die wichtigsten Änderungen im Überblick (Preise in CHF, inkl. MWSt)

Pakete Schweiz

Gewicht	PostPac Economy		PostPac Priority	
	Bisher	NEU	Bisher	NEU
bis 2 kg	6.00	7.00*	8.00	9.00*
bis 5 kg	8.00	9.00*	10.00	11.00*
bis 10 kg	11.00	10.00	13.00	12.00
bis 20 kg	16.00	15.00	19.00	18.00
bis 30 kg	23.00	22.00	26.00	25.00

* Preis für Barzahlung am Schalter; Preisreduktion von CHF 1.00 bei Verwendung von WebStamp.

Briefe International

Gewicht	Europa		Übrige Länder		
	Bisher	NEU	Bisher	NEU	
PRIORITY Standardbrief	bis 20 g	1.30	1.40	1.80	1.90
	bis 50 g	2.40	2.60	3.50	3.80
	bis 100 g	3.50	3.70	4.70	5.00
ECONOMY Standardbrief	bis 20 g	1.20	1.30	1.40	1.60
	bis 50 g	2.00	2.20	2.60	2.80
	bis 100 g	2.70	2.90	3.30	3.60

Die neuen Preise der Formatstufen Gross- und Maxibrief sowie von Brief International Massensendung entnehmen Sie bitte der Übersicht im Internet.

Pakete International

Gewicht	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 4	Zone 5	
PostPac International PRIORITY	bis 2 kg	41.00	48.00	52.00	59.00	71.00
	bis 5 kg	51.00	61.00	73.00	91.00	109.00
PostPac International ECONOMY	bis 2 kg	37.00	41.00	45.00	49.00	53.00
	bis 5 kg	45.00	53.00	58.00	65.00	77.00

Die neuen Preise der weiteren Gewichtsstufen bis 30 kg und für den Weltkurier URGENT Business entnehmen Sie bitte der Übersicht im Internet.

97 Prozent der importierten Sendungen bei der Post weiterhin gebührenfrei. Zu den Verzollungsgebühren stand bei Drucklegung dieses Magazins die Stellungnahme des Preisüberwachers noch aus. *mw*

Die oben aufgeführten sowie alle weiteren Anpassungen im Sortiment finden Sie vollständig und aktuell auf www.post.ch/angebot10. Alle betroffenen Geschäftskunden wurden bereits Anfang Februar in einem separaten Schreiben informiert.



Sonntagsaufgabe Swiss-Express «Mond»

Sonntagabend los, Montagmorgen da

Die Post bietet mit der Dienstleistung Swiss-Express «Mond» in auserwählten Poststellen in der Schweiz (siehe Link) ihren Expressversand auch am Sonntag an. Sendungen, die Sie bis am späteren Abend aufgeben, kommen bereits

am Montagmorgen bis 9 Uhr beim Empfänger an. Und dies ganz ohne Aufpreis. *jme*

www.post.ch/annahme-mond-sonntag

Webservice «Sendung verfolgen»

Alles im Blick mit einem Klick

Binden Sie jetzt den Webservice «Sendung verfolgen» in Ihre Homepage ein! Sie und Ihre Kunden können mit dieser Dienstleistung nun sowohl Bestellung wie auch den aktuellen Sendestatus auf einer Website ersehen.

Schneller und übersichtlicher: Die Post bietet Ihnen neu die Möglichkeit, detaillierte Sendungsinformationen direkt mit Ihren internen Auftragsdaten zu verknüpfen. So kann Ihre Kundschaft ganz einfach ihre Bestellung bis zum Erhalt der Ware verfolgen, da sich ein Wechseln von Internetseiten erübrigt. Dadurch wird auch Ihr Support spürbar entlastet. Für Onlineshopbetreiber ein besonders interessanter Service.

Sendungsinformationen live

Der Ablauf des Webservice ist denkbar einfach: Sie fragen und wir antworten – und zwar umgehend. Sie senden eine elektronische Anfrage mit der gesuchten Sendungsnummer an unseren Server. Sofort erhalten Sie die Informationen zu Ihrer gesuchten Sendung: Basis-

und Zusatzleistung, sämtliche bereits vorhandenen Ereignisse, Ort zu jedem Ereignis sowie detaillierte Informationen zum Versandgut. Diesen Ablauf können Sie mit Ihrem firmeneigenen System verknüpfen. So schaffen Sie für

sich und Ihre Kundschaft eine bessere und einheitlichere Übersicht. *jme*

www.post.ch/webservice-sendung-verfolgen



Ein Plus für Ihre Kundschaft: mehr Übersicht dank dem Webservice «Sendung verfolgen».

Webservice «Barcode»

Schnell, bequem und aus einem System

Optimieren Sie Ihren Logistikprozess! Mit dem kostenlosen Webservice «Barcode» der Post können Sie direkt aus Ihrem Kundensystem Barcode-Etiketten für Ihre Sendungen beziehen.

Der Webservice «Barcode» erleichtert Ihren Versand. Mit der Einbindung dieser Dienstleistung in Ihr internes Kundensystem können Sie den

Barcode für Sendungen mit Ihren persönlichen Daten verknüpfen. Dabei bleibt es Ihnen überlassen, wie Sie Ihre Adressetiketten gestalten wollen: Der Adressträger mit integriertem Barcode kann mit oder ohne Empfängeradresse ausgedruckt oder in Ihren Lieferschein integriert werden. Sie bleiben dadurch stets in Ihrer gewohnten Benutzerumgebung; ein Wechsel in ein anderes System ist nicht mehr nötig.

Immer auf dem aktuellsten Stand

Der Webservice «Barcode» ist sehr leistungsfähig und zuverlässig, was eine schnelle Arbeitsabwicklung ermöglicht. Profitieren Sie von dieser kostenlosen Dienstleistung. *jme*

www.post.ch/webservice-barcode

My Post Business

Wir bewegen Sie auch online!

Ganz auf Ihre Bedürfnisse ausgerichtet: Die Geschäftskundenplattform «My Post Business» präsentiert sich im neuen Kleid und ist nun noch benutzerfreundlicher geworden. Sie werden neu über Prozesse (wie z. B. Sendungen verfolgen oder Preise berechnen) durch My Post Business geführt. So sehen Sie auf einen Blick alle Dienstleistungen, mit denen die Post Ihr gesamtes Supply-Chain-Management unterstützt.

Die Post hat ihre Geschäftskundenplattform www.post.ch/mypostbusiness optimiert, die jetzt noch mehr Effizienz in Ihre Postgeschäfte bringt. Die neu gestaltete Dienstleistungsplattform ist nun noch «intuitiver» und somit einfacher geworden.

Finden statt suchen

Wo früher durch die vielen Anwendungsmöglichkeiten manchmal die Übersicht verloren gehen konnte, ist nun alles einheitlich und überschaubar: Mit neuer Grafik und klarer Aufteilung der Navigation finden Sie sich in den Dienstleistungsangeboten schneller zurecht. Die am meisten genutzten Anwendungen wurden hervorgehoben.

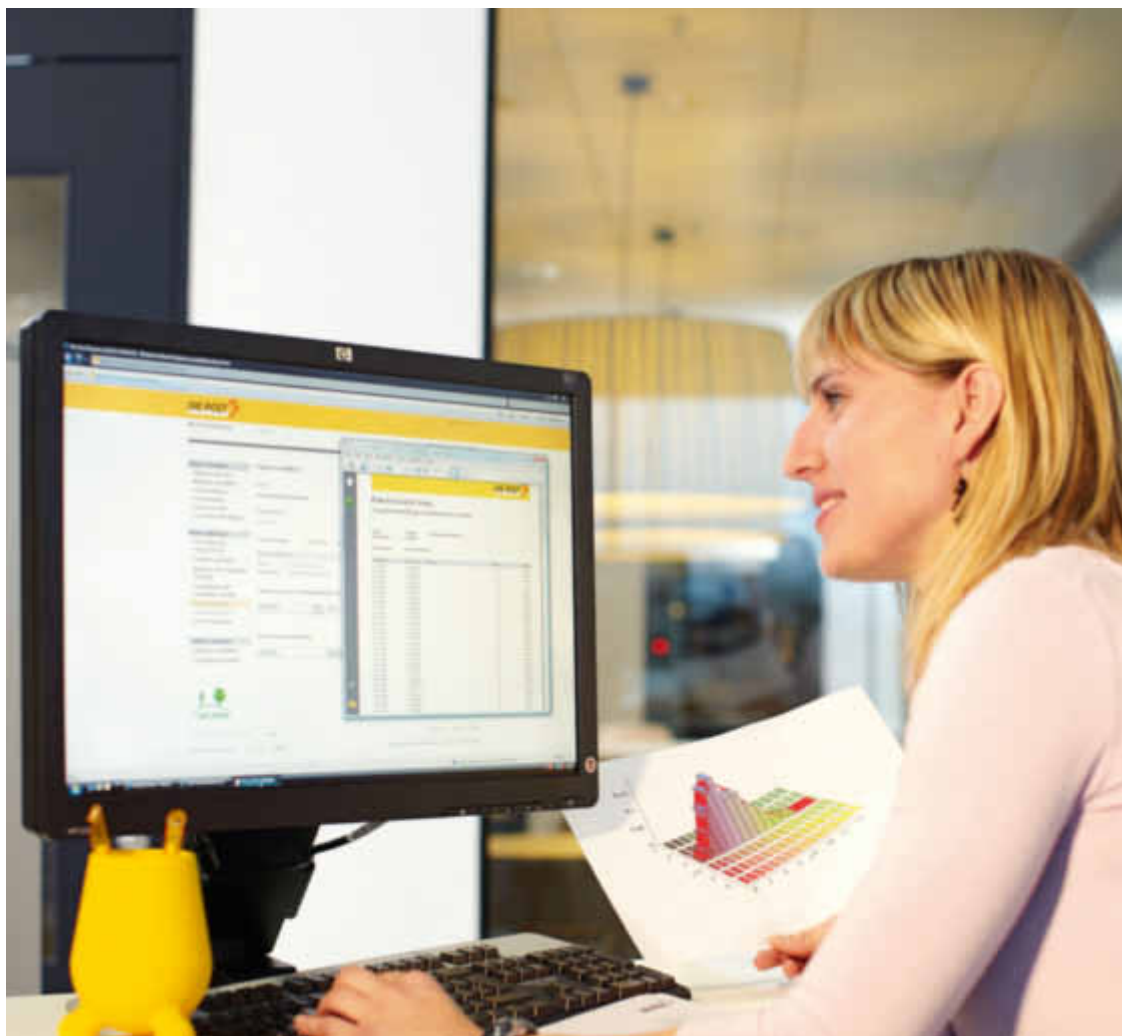
Deutsch statt Englisch

So modisch die Anglizismen hierzulande geworden sind, so stiften sie auch Verwirrung. Deshalb hat die Post zum besseren Verständnis viele Anwendungsbegriffe eingedeutscht und Abkürzungen möglichst gemieden. So heisst «Track & Trace» neu «Sendung verfolgen», «Dentalexpress» wurde zu «Laborversand» und «Paketversand easy» heisst nun deutsch und deutlich «Paketstatistiken».

Lassen Sie sich aber nicht von all den Neuerungen verwirren! Denn unter «Direktauswahl einer Anwendung» können Sie auch über die alten Begriffe direkt zu den gewünschten Dienstleistungen gelangen.

Zeit statt Stress

Ab jetzt geben Sie die Zeit vor! Bisher hat das Programm Sie automatisch ausgeloggt, sobald Sie 15 Minuten lang nicht auf der Plattform



Klar und überschaubar: Ihre virtuelle Geschäftsplattform «My Post Business» im neuen Kleid.

aktiv waren. Nun können Sie durch die persönliche Einstellung Ihrer gewünschten Nutzerzeit (bis zu zwei Stunden) Ihren logistischen Aufgaben konzentrierter nachgehen, ohne sich dauernd neu anmelden zu müssen.

My Post Business bietet Ihnen neu auch sonst mehr Individualität: Sie können Favoriten wählen, sodass Ihnen Ihre meistbenutzten Funktionen schneller zur Verfügung stehen.

Den schnellstmöglichen Zugriff auf die Geschäftskundenplattform bietet Ihnen die digitale Identifikation «PostZertifikat». Mit Chipkarte und Lesegerät oder dem speziellen USB-Stick gelangen Sie sicher und direkt – ohne sich vorher anzumelden – in Ihr «My Post Business»-Profil (siehe www.post.ch/postzertifikat).

Probieren Sie Ihr My Post Business noch heute aus und profitieren Sie von den neuen Möglichkeiten! *jme*

www.post.ch/mypostbusiness
www.post.ch/mypostbusiness-gefuehrte-tour

Schlankes Bestellzentrum

Auch der Onlinebestellservice «DocuCenter» wurde überarbeitet. Er kommt nun schlanker und übersichtlicher daher. Ohne Login können Sie bequem eine breite Auswahl an Formularen, Broschüren, Etiketten, Lehrmitteln und Dokumenten der Post bestellen.

www.post.ch/docucenter

Direct Marketing für kleine Budgets

Effektive Werbung mit kleinem Budget

Aus klein mach gross: Auch mit geringen Ausgaben lässt sich erfolgreiches Direct Marketing umsetzen. Auf das «Wie» kommts an. Die Post gibt Ihnen einige Tipps, wie Sie auf kostengünstige Weise wirkungsvoll mit Ihrer Kundschaft kommunizieren können.

Direct Marketing gehört zu den erfolgreichsten Werbeinstrumenten, denn dies ist der persönlichste Weg zur Kundschaft. Marketingspezialisten und KMU-Betreiber sind sich einig: Die direkte Ansprache der Kundinnen und Kunden verspricht gute Rücklaufquoten, vermindert Streuverlust, ist messbar und preisgünstiger als klassische Werbung.



Direct Marketing: kleines Budget, grosse Wirkung.

Auffallend und authentisch

Die Praxis zeigt, dass die Kombination von E-Mailing und brieflichem Versand eine erfolgreiche und kostengünstige Lösung ist. Die Kunden informieren sich vor allem übers Internet, handeln hingegen lieber über die Papiervariante, wie zum Beispiel bei Kursanmeldungen.

Ansprechendes Direct Marketing muss vor allem auffallen und verblüffen. Je grösser der Überraschungseffekt, desto besser. Doch dies allein genügt nicht. Professionalität beim Layout, bei Bild und Text sowie eine authentische Widerspiegelung Ihres Unternehmens sind ebenso wichtig. Durch Mailings mit Wettbewerben, Gutscheinen oder Einladungen zu Kundenanlässen können Sie eine gute Rücklaufquote erzielen und mit Ihren Kunden einen direkten Dialog aufbauen.

Vorausschauend handeln

Dabei lässt sich ein professionelles Layout auch ohne Werbeagentur günstig verwirklichen. Zum Beispiel mit dem Onlineservice «DirectFactory» auf www.post.ch/directfactory. Damit können Sie selber ein ansprechendes und günstiges Postkartenmailing herstellen (siehe unten). Auch frühzeitige Planung lohnt sich: Ab 500 Exemplaren profitieren Sie vom günstigeren InfoCard-Tarif. Zahlreiche Anregungen zum erfolgreichen Werben und Verkaufen finden Sie auf unserer Website.

Ein Tipp zum Schluss: Achten Sie beim Adressieren unbedingt auf die korrekte Schreibweise. Mailings mit falsch geschriebenen Anschriften landen schnell im Papierkorb. *jme*

www.post.ch/directpoint

Agenda

KMU Swiss Forum

Erweitern Sie Ihr Wissen und Ihr Netzwerk auf der grössten KMU-Plattform der Schweiz! Erfolgreiche und bekannte KMU-Betreiber referieren über ihre Erfolgsgeschichten.
Anmeldung: www.kmuswiss.ch

6.5.2010 Trafohalle Baden

DM Award Night

Möge der beste Dialog gewinnen!
Zum 11. Mal wird der begehrte Schweizer Dialogmarketing-Preis für herausragende Dialogmarketing-Arbeiten im In- und Ausland vergeben.
Infos: www.dm-preis.ch

28.5.2010 Kongresshaus Zürich

Seminarprogramm der Post

Know-how-Schub für Ihren Kundendialog: Die Post bietet interessante Direct-Marketing-Seminare zu zahlreichen Themen wie Texten, Telefonieren, Medien, Networking und Corporate Publishing an, inklusive Praxisbezug. Programm 2010: www.post.ch/dm-seminare
Ausbildung zum Nulltarif: Verschiedene kostenlose Direct-Marketing-Onlinekurse der Post finden Sie auf www.post.ch/dm-onlinekurse.

DirectFactory

Postkartenmailings aus Ihrer eigenen Kreativfabrik

Erfreuen Sie Ihre Kundschaft mit einer persönlichen Postkarte! Die Post verhilft Ihnen schnell und günstig zu einem schönen und kostengünstigen Mailing.

Mit dem Onlinetool «DirectFactory» können Sie mit wenigen Klicks Ihr Postkartenmailing selbst gestalten. Schlicht oder bildpersonifiziert. Ihnen stehen zahlreiche Kartenvarianten und Bilder zur Verfügung. Sie fügen einen Text hinzu

und können Ihr Werk mit Ihrer Adressdatei verknüpfen. Nach Ihrem «Gut zum Druck» stellt die Post die Karten in wenigen Tagen her und versendet Ihr Mailing auf den gewünschten Zeitpunkt.

Nutzen Sie Ihre hauseigene Kreativität und leben Sie sie bei DirectFactory so richtig aus! *jme*

www.post.ch/directfactory

Geschäftliche Auslandssendungen

Ihr internationaler Briefversand

Umfassende und individuelle Lösungen bietet die Schweizerische Post auch für Ihren Versand von Briefen, Geschäftskorrespondenz, dringenden Dokumenten, Werbesendungen und innovativen Mailings rund um den Globus. Und zwar immer zu einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis.

Die Schweizerische Post ist Ihre Partnerin, wenn es um Ihre Briefe ins Ausland geht – und zwar zuverlässig, schnell und günstig. Dabei können Sie aus einem vielfältigen und flexiblen Gesamtangebot schöpfen.

Im Basisangebot stehen Ihnen drei Geschwindigkeiten zur Wahl: URGENT Business, der internationale Kurierdienst von TNT Swiss Post AG, ist das schnellste Angebot für Dokumente bis 5 kg und bietet eine weltweite Sendungsverfolgung. Mit PRIORITY schicken Sie Ihre Briefe und Waren bis 2 kg schnell, mit ECONOMY preiswert in die ganze Welt.

Wirkungsvolles internationales Direct Marketing: Mit «Marketing Mail International» trifft die Post optimale Vorbereitungen für Ihre adressierten Werbesendungen, die sie je nach Wunsch



Weltweit zuverlässig: der internationale Briefversand der Post.

mit «PRIORITY» (schnell) oder «ECONOMY» (preiswert) verschickt. Dabei erzielt die Post exzellente Zustellquoten, bietet diverse Responselösungen und kümmert sich gleichzeitig um ein effizientes Retourenmanagement.

Für den zuverlässigen, weltweiten Versand Ihrer Geschäftskorrespondenz, wie zum Beispiel Rechnungen, Offerten und Kontoauszüge, bietet die Post mit «Business Mail International» einen vorzüglichen Service mit diversen Zusatzleistungen zu attraktiven Konditionen.

Mehr Informationen zu diesen und weiteren Dienstleistungen für Ihren internationalen Briefversand finden Sie über unten stehenden Link – oder lassen Sie sich gleich persönlich von der Post beraten! *jme*

www.post.ch/briefe -> Versand international

Internationale Retourenlösung für Distanzhändler

Ausland retour: kostenlose Warenrücksendung für Ihre Kunden

Swiss Post International unterstützt Ihren internationalen Distanzhandel mit einer praktischen Lösung: Die «Global Response»-Etikette ermöglicht Ihren Kunden im europäischen Ausland die versandkostenfreie Warenrücksendung auf einfache Art. Ein Service, der Ihren Kunden einen höheren Einkaufskomfort bietet.

Motivationsansätze im Versandhandel sind heute wichtiger denn je. Die einfache Retourenlösung für das europäische Ausland bietet Ihrer Kundschaft einen zusätzlichen Anreiz, bei Ihnen Waren zu beziehen: Hat der Empfänger am zugeschickten Produkt kein Interesse, kann er es ohne viel Aufwand mit der beigelegten «Global Response»-Etikette kostenlos wieder zurücksenden. Eine Retourenlösung, die Ihren Kundenservice beträchtlich verbessert.

Einfache Abrechnung

Eine einheitliche Etikette für alle angebotenen Länder erleichtert Ihre Abwicklung. Alle Waren, die zurückkommen, gelangen so direkt an Ihre Poststelle, wo ihre Anzahl notiert wird und sie anschliessend an Sie weitergeleitet werden. So bezahlen Sie nur das, was tatsächlich zurückgesandt wurde. Werden die Waren in der Originalverpackung zurückgesandt, profitieren Sie von der Freigrenze der Retouren beim Import in die Schweiz und zahlen bis zu einem Warenwert von rund 1000 CHF keine Importabgaben und zusätzlichen Gebühren. *jme*

Zusätzliche Informationen zum Service und den möglichen Ländern erhalten Sie von Ihrem persönlichen Kundenberater – oder kontaktieren Sie unseren Kundendienst, damit wir Sie zurückrufen können: 0800 888 100 oder infospi@swisspost.com

Import USA

Der tiefe Kurs ist Ihr Gewinn!

Mit der Zusatzleistung «Import USA» profitieren Sie dank eigener amerikanischer Postadresse vom Pauschalversand. Dabei kommt Ihnen auch der derzeit günstige Dollarkurs entgegen. So bezahlen Sie für Transport, Zoll und Zustellung noch weniger. *jme*

Mehr Informationen erhalten Sie von: importb2c@swisspost.com

SWICA Gesundheitsorganisation

Adressenmanagement ohne Kopfschmerzen



Hat mit MAT[CH]move die Kundenadressen im Griff: Klaus Straub von SWICA.

SWICA zählt mit über einer Million Privat- und mehr als 22 000 Geschäftskunden zu den führenden Schweizer Kranken- und Unfallversicherern. Für das Adressenmanagement vertraut SWICA auf zwei Dienstleistungen der Post: eine gesunde Lösung für die Finanzen und für gute Kundenbeziehungen.

«Tut uns gut» – so lautet der aktuelle Werbeslogan von SWICA. Mit ihren Versicherungslösungen bietet die Gesundheitsorganisation ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis. «Tut uns nicht gut», mussten die Verantwortlichen feststellen, als sie die Kosten und Aufwände für die Adressaktualisierung sowie für das Retourenmanagement ihrer Sendungen unter die

Lupe nahmen. Mit MAT[CH]move und MAT[CH]return erhält SWICA von der Post heute die richtige Behandlung – mit durchwegs positiven Nebenwirkungen.

Ersparnis mit MAT[CH]move

Sie ist Gold wert: Die CD, die SWICA im Rahmen des MAT[CH]move-Abonnements jeden Monat von der Post bekommt. Sie enthält rund 70 000 Umzugsadressen des Vormonats. Mit diesen Daten werden die Adressen in den Systemen von SWICA auf einfachste Weise aktualisiert. Dadurch ist das Versicherungsunternehmen lückenlos mit den aktuellsten Adressen im Land versorgt – ein Vorteil, der sich bezahlt

macht: Der schmerzhafteste Kontaktverlust mit umgezogenen Kunden ist Geschichte – und SWICA verzeichnet erheblich weniger Retouren.

Daten statt Postkörbe: Retouren mit MAT[CH]return

Was tun, wenn eine Sendung den Empfänger trotz effizienter Adresspflege nicht erreicht? Mit MAT[CH]return hält die Post auch dafür ein wirksames Rezept bereit: Sie erfasst die nicht zustellbaren Sendungen zentral (inklusive Kundennummer, Aktionscode und Retourengrund) und stellt SWICA eine massgeschneiderte Datei mit allen Angaben zu. Leicht einzusehen, dass sich auch das rechnet – denn allein das Kundenmagazin «AKTUELL» erscheint in einer Auflage von 400 000 Exemplaren viermal pro Jahr.

«Unsere Kunden müssen uns einen Umzug nicht mehr melden.»

«Die Lösung von der Post entspricht unserem Anspruch, unseren Kunden nicht nur mit unseren Versicherungen eine Topdienstleistung zu bieten», sagt Klaus Straub, Abteilungsleiter IT-Projekte und Support bei SWICA.

«Erstens müssen sie einen Umzug nur einmal melden – und zwar der Post. Zweitens profitieren sie davon, wenn wir effizienter sind und unnötige Kosten eliminieren. Und drittens erhalten sie wichtige Informationen ohne Verzögerung. MAT[CH]move und MAT[CH]return erleichtern uns die Arbeit wesentlich: Die Services sind benutzerfreundlich, und die Adressqualität ist ausgezeichnet.» *an*

www.swica.ch
www.post.ch/match



Qualitätskontrolle: Kilian Minder (links) und Andy Durrer mit dem jüngsten «immo-platz».

Engelberger Druck AG

Qualität von der Post als Verkaufsargument

Der Schweizer Druckereibranche weht ein scharfer Wind um die Ohren. Statt den Kopf einzuziehen, erschliesst sich die Engelberger Druck AG in Stans neue Geschäftsfelder: Sie hat das Zentralschweizer Immobilienmagazin «immo-platz» lanciert.

Für das neue Printprodukt hat die Versandlösung der Post eine wahrhaft weitreichende Bedeutung. Kilian Minder (K.M.), Verlagsleiter, und Andy Durrer (A.D.), Verkaufsleiter der Engelberger Druck AG, erklären, warum sie von der Post eine logistische Meisterleistung erwarten – und erhalten.

Herr Minder, welche Ansprüche stellen Sie an eine Versandlösung für den «immo-platz»?

K.M.: Wir haben den «immo-platz» als hochwertige Publikation konzipiert. Er hebt sich von anderen Gratisprodukten markant ab. Diese Qualität soll sich auch in der Zustellung widerspiegeln.

A.D.: Sehr wichtig ist für uns die Zuverlässigkeit. Unser Verteilgebiet reicht bis hoch hinauf auf die Hügel... Wir erwarten von unserem Logistikpartner, dass er auch abgelegene Haushalte termingerecht beliefert.

Sie haben die Post mit dem Versand beauftragt. Was macht sie besser als ihre Mitbewerber?

A.D.: Ein anderer Anbieter hätte rund einen Drittel der Gesamtauflage von 130 000 Exemplaren zusammengebündelt mit anderen Gratispublikationen ausgeliefert – da wäre dem «immo-platz» der direkte Weg ins Altpapier praktisch vorbestimmt gewesen. Zudem hätte er für die Zustellung in Postfächer und abgelegene Gebiete wiederum die Post bemühen müssen.

K.M.: Von der Post erhalten wir eine Gesamtlösung, die für uns stimmt. Am Donnerstagmorgen holt der gelbe Lastwagen die gesamte Auflage bei uns ab. Und bis Freitagmittag liegt der «immo-platz» in sämtlichen Briefkästen und Postfächern im Verteilgebiet. Diese logistische Meisterleistung erlaubt es uns, die Produktionsprozesse nach hinten zu verlagern.

A.D.: Im terminkritischen Anzeigenmarkt ist dies ein unschätzbare Vorteil, den uns andere Anbieter nicht bieten können.

Im Impressum des «immo-platzes» schreiben Sie explizit, dass er von der Post zugestellt wird. Warum?

A.D.: Das ist ein wichtiges Verkaufsargument, wenn wir Immobilienunternehmen und weitere Partner gewinnen wollen. Die Post gilt als seriös und zuverlässig.

K.M.: Nicht umsonst – sie beweist es auch. Während der Evaluation spürten wir den starken Willen unseres Ansprechpartners, unserem Produkt zum Erfolg zu verhelfen. Dieses Engagement zieht sich durch bis zu Gesprächen in der Speditionshalle, wo er zusammen mit unseren Mitarbeitenden die Abläufe optimiert.

Was wünschen Sie sich in Zukunft von der Post?

A.D.: In unserer dynamischen Branche verändern wir uns ständig. Unser Logistikpartner muss dies mitmachen können. Unsere Erfahrungen zeigen, dass die Post dies erfüllen wird: Mit ihrem riesigen Know-how hat sie uns beim «immo-platz» auf den richtigen Weg geführt. an

Herzlichen Dank für das Gespräch!

www.engelbergerdruck.ch
www.immo-platz.ch

Logistiklösungen für Zeitungsverlage

Nicht nur für Gratispublikationen wie «immo-platz» hält die Post hochwertige Lösungen bereit: Auch für die komplexe Verteilung von Tageszeitungen und Zeitschriften ab Druckerei an Depots, Kioske, Briefzentren usw. bietet sie flexible und zuverlässige Dienstleistungen an. Mit ihrer Rolle als Bindeglied zwischen Verlagen und Lesern entlastet die Post die Verleger – diese gewinnen Zeit für ihr Kerngeschäft. www.post.ch/printmedien

Kundenbesuche der Post

Nahaufnahme der Bedürfnisse

Die Post pflegt den direkten Dialog mit ihren Kunden. Angehörige des Betriebskaders begleiten die Kundenberater zu Gesprächen vor Ort. Die Kunden schätzen den Austausch mit den Spezialisten der Post sehr.

Die Kommunikationstechnik entwickelt sich rasant, und ständig kommen neue Möglichkeiten hinzu. Doch auch die perfektesten Tools vermögen die Qualität eines persönlichen

Gesprächs nicht zu ersetzen. Diese Erfahrung machen Kadermitarbeiter der Post und ihre Kunden immer wieder, wenn sie sich im Betrieb des Kunden treffen.

Nähe schafft Vertrauen

Es sind beileibe nicht nur Reklamationen, die zu einem Kundenbesuch eines Kadermitarbei-

ters führen. Vielmehr gilt es oft, bestehende Betriebsprozesse beim Kunden zu optimieren. Oder sich Zusammenhänge und Informationen zu erschliessen, die in die Dienstleistungen der Post einfließen und dadurch eine Verbesserung bewirken. Bisweilen will ein Kunde ein neues Geschäft aufbauen und benötigt dafür das Know-how der Post. Wie auch immer die Bedürfnisse gelagert sind – die Kunden der Post dürfen darauf zählen, dass sie im richtigen Moment vom richtigen Mitglied des Betriebskaders besucht und kompetent beraten werden. *an*

Studie Empfängerkundenindex

Wer zustellt, kommt sehr gut an



Herr und Frau Schweizer sind sehr zufrieden mit der Briefzustellung der Post. Dem Zustellpersonal erteilen sie sogar Bestnoten.

Wie kommen die Briefsendungen bei den Kunden an? Und wie die Zustellbotinnen und -boten? Die Post wollte es genau wissen – und beauftragte 2009 das Marktforschungsinstitut GfK Switzerland AG mit der Befragung von 15 000 privaten Empfängerkunden in der ganzen Schweiz. Deren Antworten liefern die Basis für die Ermittlung des sogenannten Empfängerkundenindexes – einer wichtigen Kennzahl für die Zustellqualität.

Spitzenwert für Kundenfreundlichkeit

Die zufällig ausgewählten Befragten konnten ihre Zufriedenheit auf einer 100er-Skala ausdrücken. Erfreulich: Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Empfängerkundenindex (Gesamtwert) auf hohem Niveau sogar noch gesteigert: um einen Punkt auf 92 von 100 möglichen Punkten. Die Spitzenwerte zu diesem ausgezeichneten Resultat haben die Postbotinnen und -boten beigesteuert. In Sachen «Kundenfreundlichkeit» und «gepflegtes Auftreten» erzielten sie je 95 Punkte. Dass sie sich Zeit nehmen, die Fragen ihrer Kunden zu beantworten, wurde mit 93 Punkten honoriert. Die Resultate zeigen, dass die Post dort, wo sie am meisten wahrgenommen wird, nach wie vor grösste Sympathien genießt. Dahinter steht das grosse tägliche Engagement der Botinnen und Boten. Mit ihrer wetterfesten Zuverlässigkeit, Freundlichkeit und Kompetenz überzeugen sie die Bevölkerung. *an*

Engagiert, beliebt und mit Bestnoten belohnt: das Zustellpersonal der Post.



Sie braucht öfters
Nachschub über Nacht.

Ivana Papic, Leiterin Victorinox Shop

Für die anspruchsvollsten Kunden der Welt.

DIE POST 

Wo ein Bedürfnis ist, findet die Post einen Weg: Sujet der aktuellen Imagekampagne.

Kundenorientierung der Post

Den Puls der Kunden spüren

Weil die Post weiss, was ihre Kunden bewegt, kann sie ihr Handeln exakt auf deren individuelle Bedürfnisse ausrichten. Aller Anfang ist zuhören: Deshalb kommen in der aktuellen Werbekampagne der Post die «anspruchsvollsten Kunden der Welt» zu Wort.

Ihre Geschäftsfelder sind unterschiedlich, aber die Zutaten ihrer Erfolgsrezepte gleichen sich: Schweizer Unternehmen wie Lindt & Sprüngli, Migros, Victorinox oder die Glasi Hergiswil verbinden traditionelle Werte mit Innovationskraft und Dynamik. Damit verschaffen sie sich auf hart umkämpften Märkten beste Perspektiven. Dass sie sich dafür ständig wandeln müssen, liegt auf der Hand. Ebenso, dass sie für die Logistik, den Versand und weitere Dienstleistungen auf eine Partnerin zählen wollen, die ihre neuen Bedürfnisse rasch erfasst und mit massgeschneiderten Lösungen erfüllt.

Hohe Anforderungen sind willkommene Herausforderungen

Was erwarten Kunden von ihrer Post? In der Werbekampagne kommen sie zu Wort: So

benötigt die Leiterin des Victorinox Shops flexible Overnight-Transporte, der Migros-Speditionsmitarbeiter will seine Kunden bis in die Wohnungen beliefern und die Galeristin wünscht sich den Postschalter zu Hause. Für alle diese Ansprüche hält die Post Lösungen bereit. Viele Aufgaben kann sie mit ihren standardisierten Dienstleistungen zuverlässig lösen. Spezielle Wünsche hingegen erfordern oft neue Wege – hier schöpft die Post aus ihrem einzigartigen Know-how und aus ihrem tiefen Verständnis für die Situation ihrer Kunden. Daraus entstehen massgeschneiderte Lösungen und individuelle Leistungspakete, die höchsten Ansprüchen gerecht werden.

Gemeinsam erfolgreich sein

Als starke und verlässliche Partnerin will die Post zum Erfolg ihrer Kunden beitragen – in der Schweiz und weltweit. Dank des grossen Einsatzes ihrer mehr als 58 000 Mitarbeitenden werden täglich grosse und kleinere Erfolgsgeschichten geschrieben. Einige davon erzählt die aktuelle Werbekampagne. Die allermeisten stehen nicht im Rampenlicht, sind aber genauso wertvoll: Sie bringen die Kunden der Post weiter. *an*

www.post.ch

Leserbefragung 2009

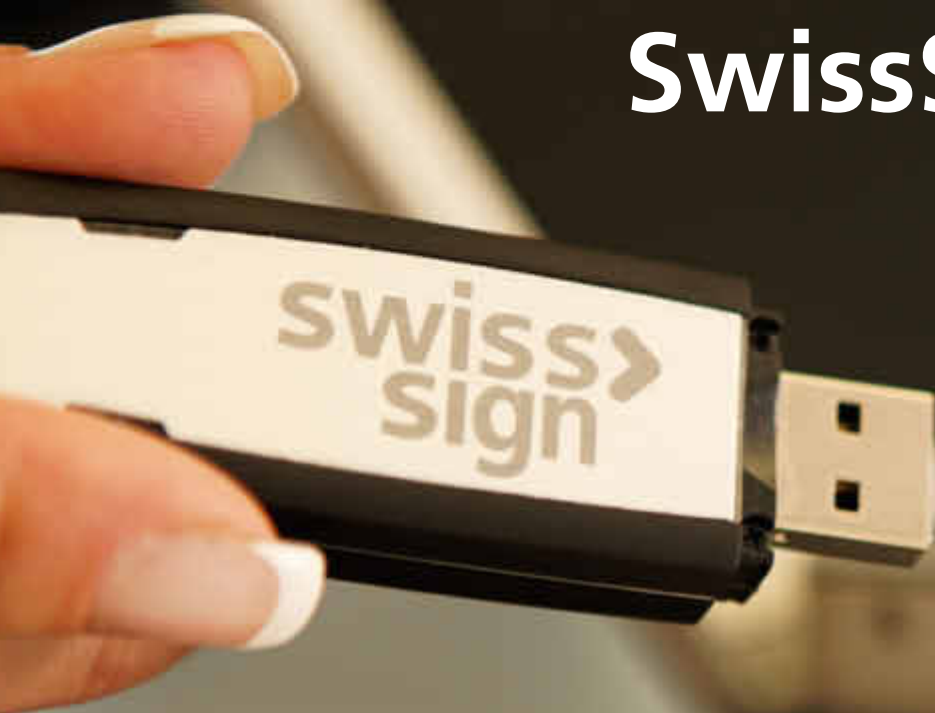
Danke schön!

Die Redaktion Info Post bedankt sich bei allen zufällig ausgewählten Lesern, die im letzten Herbst an einer Befragung zu unserem Kun-

denmagazin teilgenommen haben. Die Noten, die Sie uns gegeben haben, sind sehr erfreulich. Unter anderem haben wir gefragt, ob Sie die Info Post weiterhin als gedrucktes Magazin oder lieber als Onlinenewsletter erhalten möchten. Die Mehrheit wünscht die Papierversion. Übrigens: Wer die Info Post gerne online ansieht, findet sie jederzeit auf www.post.ch/infopost. *ham*

Elektronische Sicherheit

Gewinnen Sie drei hochwertige SwissSticks!



Klein, aber oho: SwissStick ist der portable und sichere USB-Stick der Post, der elektronische Unterschrift, digitale Identität und geschützte Kommunikation in einem bietet. Mit etwas Glück können Sie einen der drei innovativen SwissSticks gewinnen.

SwissStick – Ihre mobile Sicherheit von heute und morgen

Praktisch jede Geschäftsabwicklung läuft heute übers Internet ab. Aber welche Garantie hat der Absender, dass seine Nachricht tatsächlich ankommt? Wie lässt sich feststellen, dass ein elektronisches Dokument echt ist? Und: Ist der, der unterzeichnet hat, auch wirklich der, für den er sich ausgibt? Die übliche

«Benutzername mit Passwort»-Variante ist den heutigen Sicherheitsansprüchen längst nicht mehr gewachsen. Deshalb hat die Post den vielseitigen Sicherheitsstift SwissStick entwickelt.

Multifunktionale Komplettlösung

SwissStick ist auf jedem Computer einsetzbar. Der sichere USB-Stick besteht aus einer Kombination von digitaler Signatursoftware (SwissSigner), digitaler Identifikation (PostZertifikat) und verschlüsseltem Versand sensibler Daten (IncaMail). Dabei bleibt auf dem benutzten Computer nach abgeschlossener Arbeit keine Spur zurück. Zusätzlich ist der Stick mit verschiedenen Branchenapplikationen oder weiteren Geschäftslösungen individuell erweiterbar.

Gewinnen, anschliessen, loslegen!

SwissStick könnte bald auch Ihr kleiner Sicherheitsbegleiter sein, und das ganz umsonst. Die Post verlost drei dieser kostbaren USB-Stifte, die zukünftig für Ihre maximale Sicherheit in der Kommunikation sorgen.

Füllen Sie einfach die beiliegende Antwortkarte aus und senden Sie sie bis 30. April 2010 zurück. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. *jme*

Viel Glück!