

DAS MAGAZIN FÜR UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

# INFO POST

SEPTEMBER 2015



Sendungen empfangen

Verpasste Pakete einfach  
übers Web steuern

Seite 3

Unadressierte A-Sendung

Streusendungen auf  
der Überholspur

Seite 5

**DIE POST** 

Gelb bewegt.

SpeedyShop

# Unterwegs bestellen, am Bahnhof abholen

**Lebensmittel und andere Produkte online bestellen und eine halbe Stunde später an einem Bahnhof abholen: SpeedyShop macht es möglich.**

Die Post, die SBB und die Migros Zürich machen es ihren Kunden einfach: Im SpeedyShop lassen sich über tausend Lebensmittel und Haushaltsprodukte online bestellen und schon dreissig Minuten später bequem an einem Bahnhof ab-

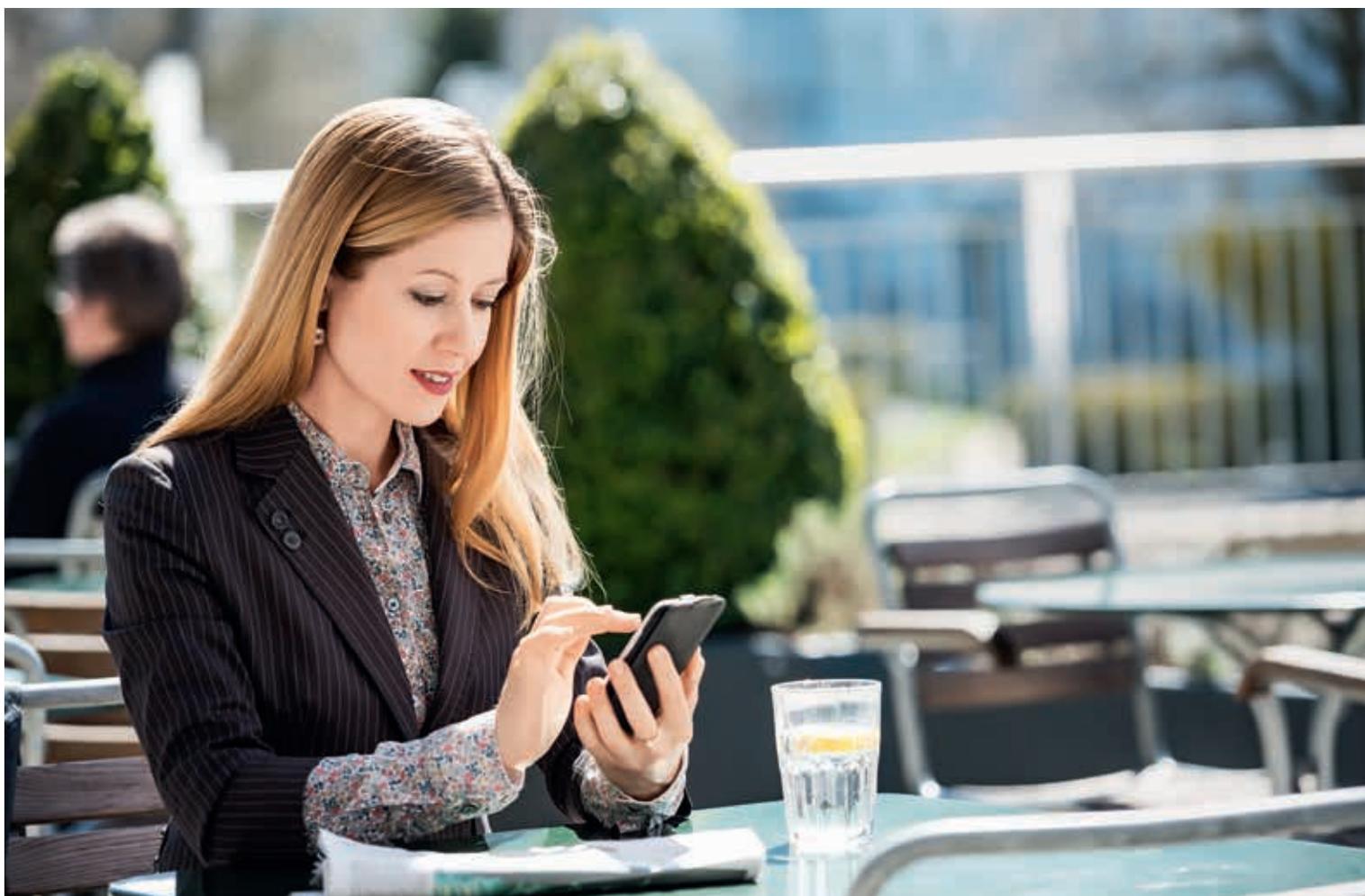
holen. Dazu steht ein Fach in einem My Post 24-Automaten bereit.

Das Pilotprojekt zu SpeedyShop ist Anfang September im Hauptbahnhof Zürich gestartet. Nutzen die Kunden das Angebot rege, soll es auf weitere Bahnhöfe ausgeweitet werden – für noch mehr Komfort im Alltag.

Die My Post 24-Automaten der Post sind ein wichtiger Bestandteil von SpeedyShop. Die Post

wird die Geräte an zahlreichen Bahnhöfen installieren. So können Zugreisende an bester Lage nicht nur ihren Einkauf abholen, sondern auch Pakete empfangen und aufgeben. ■ sc

[sbb.ch/speedyshop](http://sbb.ch/speedyshop)  
[post.ch/mypost24](http://post.ch/mypost24)



Kaum bestellt, schon abholbereit: SpeedyShop macht es möglich.

## Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Wankdorfallee 4, 3030 Bern | [infopost@post.ch](mailto:infopost@post.ch), [post.ch/infopost](http://post.ch/infopost)

Redaktion: Post CH AG: Felix Wiesendanger (fw), Sarah Camenisch (sc) | Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern

BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) | Lukas Schmid, Text & Konzept: Lukas Schmid (ls)

Druck: Stämpfli AG, Bern | Adressänderungen: [infopost@post.ch](mailto:infopost@post.ch) | Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.



**MIX**  
Papier aus verantwortungsvollen Quellen  
FSC® C005019

# So flexibel steuern Ihre Kunden den Paketempfang

**Empfänger von Paketsendungen genießen ab sofort noch mehr Komfort. Die Post bietet neue Dienstleistungen bei der Zustellung an.**

Vielfach ist niemand zu Hause, wenn der Postbote Ihren Kunden ein Paket oder einen eingeschriebenen Brief zustellen will. Die Vereinbarung einer erneuten Zustellung ist jedoch kein Problem: Über die neu gestaltete Benutzeroberfläche des Onlinedienstes «Abholungseinladung bearbeiten» können Ihre Kunden exakt bestimmen, wann und wo sie ihre verpassten Sendungen erhalten möchten.

## **Neue Empfangsmöglichkeiten für Ihre Kunden**

Einfach «Abendzustellung» anklicken – und die Post bringt das Paket zwischen 17 Uhr und 20 Uhr. Die Abendzustellung funktioniert auch, wenn man sein Paket an eine andere Adresse umleiten lässt. Nützlich sind auch die Info-Services: Ca. 30 Minuten vor der Zustellung kann sich ein Kunde telefonisch benachrichti-

gen lassen. Oder für die zweite Zustellung bzw. Weiterleitung einen Kalendereintrag verlangen. Per SMS oder E-Mail erinnert die Post ausserdem an eine nächstens ablaufende Abholfrist. Auf Wunsch deponiert die Post ein Paket in den Ablagekasten oder beim Hauseingang. Eine Neuerung gibt es auch bei den eingeschriebenen Briefen: Diese können neu auch am Samstag bis 9 Uhr empfangen werden. Mit diesen und weiteren Massnahmen erhalten Ihre Kunden noch mehr Service für den Empfang von Sendungen.

## **Bewährt: bisherige Dienstleistungen**

Ebenfalls im Onlinedienst «Abholungseinladung bearbeiten» sind die bisherigen Services für verpasste Sendungen verfügbar: Abholfrist verlängern, zweite Zustellung verlangen, Weiterleitung an eine andere Adresse sowie die Einmalvollmacht an eine andere Person für die Abholung einer Sendung. ■ an

[post.ch/abholungseinladung](http://post.ch/abholungseinladung)



Paket verpasst? Regeln Sie die Neuzustellung online.

# In Echtzeit erfahren, wann ein E-Shop-Artikel ausgeliefert wird

**Hier kommt die intelligente Brücke zwischen der Logistiklösung YellowCube und E-Shops. Mit einem YellowCube-Adaptor automatisieren E-Shop-Betreiber die Bestell- und Versandprozesse.**

Die Artikelstammdaten synchronisieren, den Lagerbestand im YellowCube-System mit Ihrem eigenen E-Shop-Inventar abgleichen, eine Mel-

dung an Sie, wenn eine Differenz vorliegt: Das alles erledigt jetzt ein YellowCube-Adaptor vollautomatisch. Neu können Sie E-Shop-Bestellungen automatisiert an YellowCube weiterleiten lassen, wenn zum Beispiel der Zahlstatus der Bestellung auf Grün ist. Mehr noch: Sobald ein Artikel das YellowCube-Lager verlässt, erhalten Sie die Sendungsnummer mitgeteilt. Sie wird automatisch in Ihren E-Shop übernommen und auf Wunsch auch proaktiv dem Kunden per

E-Mail zugestellt. Praktisch für Sie? YellowCube-Adaptoren gibt es bereits für viele gängige E-Shop-Lösungen, darunter ePages, OXID, Presta-shop, Shopware oder Magento, um nur einige zu nennen. Das Einbinden des Adaptors in Ihr E-Shop-System ist nahezu so einfach wie das Installieren einer App auf dem Smartphone. Die erfahrenen Spezialisten der Post unterstützen Sie gerne dabei. ■ an

[post.ch/yellowcube](http://post.ch/yellowcube)

DirectPoint

# Direct-Marketing-Know-how für Einsteiger und Profis

**Kompetent, umfassend, gut: DirectPoint, die Online-Wissensplattform der Post für Direct Marketing (DM), bringt Ihnen alle relevanten Themen auf den Bildschirm. Willkommen, Einsteiger und Profis.**

Wie gewinnen Sie neue Kunden? Was können Sie unternehmen, um bestehende Kunden zu binden? Direct Marketing ist nach wie vor ein wichtiges Instrument, um auf dem Markt Erfolge zu erzielen. Wie in jeder anderen Marketingdisziplin gilt es auch hier, gewisse Regeln einzuhalten, damit Ihre Aktivitäten gelingen. Auf DirectPoint – der Online-Wissensplattform der Post – tanken Sie kostenlos nützliches Know-how.

## Aktuelles Wissen frisch ab Expertenquelle

Die Post hat namhafte Experten an Bord geholt, die ihr breites Wissen auf DirectPoint gerne mit

Ihnen teilen. Zahlreiche Publikationen zum Gratis-Download warten darauf, von Ihnen genutzt zu werden. Lesen Sie zum Beispiel die 144 Ideen und Ratschläge des renommiertesten Direct-Marketing-Experten der USA, Alan Rosenspan, und der Rücklauf Ihres nächsten Mailings wird garantiert besser ausfallen. Ebenfalls sehr beliebt bei DM-Praktikern sind die spannenden Fokusartikel. Mit ihnen erweitern Sie Ihren Horizont und entdecken neue Möglichkeiten wie z.B. für das Entwickeln von Markennamen. Der Mailing-Guide führt Sie durch die saubere Konzeption und Realisation. Checklisten, Tipps sowie Vorlagen runden das Wissensangebot ab.

## Neue Entwicklungen – darüber lesen oder live verfolgen

Welches sind die relevanten Trends in der DM-Szene? An welchen Events trifft man passende Networking-Partner? DirectPoint vermittelt Ihnen

viel Wissenswertes rund ums Direct Marketing. Mit wenigen Klicks abonnieren Sie den informativen E-Mail-Newsletter und das Kundenmagazin DirectNews – natürlich kostenlos. Oder Sie melden sich im Handumdrehen für den Besuch eines interessanten Branchenanlasses oder eines Direct-Marketing-Seminars der Post an.

## Von den Besten lernen

Wie machen es die anderen? Blicken Sie Unternehmen und Organisationen über die Schulter und lesen Sie, welche Erfolgsrezepte sie entwickelt haben. Möchten Sie herausfinden, welche prominente Rolle eine Kartoffel und eine Handvoll verdrahtete Metallplättchen bei der Kundengewinnung spielen? Dann auf zum DirectPoint in die Rubrik Fallbeispiele. ■ an

[post.ch/directpoint](http://post.ch/directpoint)



Für treffsicheres Direct Marketing: Know-how tanken auf DirectPoint.

Unadressierte A-Sendung

## Die schnellste Streusendung der Post

**Heute aufgegeben, morgen zugestellt: Mit der Unadressierten A-Sendung informieren Sie Ihre Kunden blitzschnell und flächendeckend.**

Möchten Sie die Bevölkerung zur Geschäftseröffnung oder zum Tag der offenen Tür einladen? Für solche und weitere Zwecke eignet sich die Unadressierte A-Sendung perfekt. Mit ihr erreichen Sie im definierten Zielgebiet sämtliche Briefkästen und Privatkundenpostfächer. Bei offiziellen Sendungen, zum Beispiel kurzfristige Ankündigungen von Stromunterbrüchen, erfolgt die Zustellung auch in Briefkästen und Postfächer mit Kleber «Stopp – keine Werbung».

### Viel Tempo für nur 40 Rappen

Ihre Unadressierte A-Sendung können Sie bei jeder Poststelle aufgeben. Falls Sie dies rechtzeitig tun, erreicht sie die Empfänger am nächsten Werktag (Montag–Freitag). Der Stückpreis beträgt 40 Rappen inkl. MWST. Möglich sind Briefsendungen ab 14×9 cm bis Format B5 (25×17,6 cm) mit einem Maximalgewicht von 50 Gramm und bis zu 5 Millimeter Dicke. ■ an



[post.ch/uas](http://post.ch/uas)

Die schnellste Streusendung der Post kommt gut an.

Transaktionspost

## Briefpost wirkt stärker als E-Mails

**Physische Post wird vom Empfänger besser beachtet als elektronische. Das gilt nicht nur für Liebesbriefe, sondern auch für gewöhnlichere Inhalte wie Rechnungen, Mahnungen, Korrespondenz oder Kontoauszüge – sogenannte Transaktionspost.**

Gemäss aktuellen Studien möchten mehr als zwei Drittel der Befragten ihre Rechnungen per Post erhalten. Der steigende Kostendruck in Unternehmen führt jedoch dazu, dass diese ihre Kunden möglichst über den elektronischen Kanal bedienen wollen.

### 97 Prozent der Mahnungen werden physisch verschickt

Die Post wollte wissen, in welchem Mass und aus welchen Gründen sich ihre Geschäftskunden für oder gegen den physischen Versand entscheiden. Die Umfrage unter rund 400 Geschäftskunden hat bemerkenswerte Resultate zutage gefördert: 96 Prozent der Unternehmen verschicken ihre Rechnungen per Brief, sogar 97 Prozent setzen beim Versand ihrer Mahnungen auf den physischen Kanal. Das hat zwei gute Gründe: Zum einen geben

79 Prozent der Unternehmen an, dass Rechnungen per Brief stärker beachtet werden als E-Rechnungen. Zum andern bezeichnen 59 Prozent der Befragten die Datensicherheit und Vertraulichkeit als wichtige Argumente für einen physischen Versand. Weitere Studien zeigen auf, dass die Zahlungsmoral bei Empfängern von physischen Rechnungen und Mahnungen besser ist als bei Empfängern der elektronischen Gegenstücke.

### Das Potenzial voll ausschöpfen

Viele Unternehmen informieren ihre Kunden mittels Rechnungsbeilage über aktuelle Angebote, Aktionen und Leistungen. Damit erzielen sie eine nochmals höhere Aufmerksamkeit und holen das Maximum aus ihren Versandkosten heraus. Zudem spart man dank der höheren Zahlungsmoral administrativen Aufwand ein. Das Fazit: Der Briefversand muss bezüglich Kosten den Vergleich mit einem elektronischen Versand nicht scheuen. ■ an

[post.ch/briefe](http://post.ch/briefe)



«Das Mailing mit mehr als zehn Prozent Rücklauf hat unsere Erwartungen übertroffen.»

Anne-Laure Pernee Kapoor, Leiterin Spendenaufrufe Privatpersonen, Einzelspenderentwicklung, IKRK, und Fanny Dardeau, Verantwortliche des Programms für Einzelspenderentwicklung, IKRK

IKRK

## «Tausende gute Wünsche – wir waren überwältigt.»

**Das Internationale Komitee vom Roten Kreuz (IKRK) hilft weltweit Opfern von bewaffneten Konflikten und Gewalt. Zahlreiche Schweizerinnen und Schweizer unterstützen seine lebenswichtigen Einsätze mit Spenden. Ein spezielles Direct Mailing hat berührende Reaktionen ausgelöst.**

Im Nahen Osten sind ca. zwölf Millionen Menschen in ihrem eigenen Land auf der Flucht und benötigen dringend humanitäre Hilfe. Die IKRK-Delegierten haben dort eine enorme Aufgabe zu bewältigen, und jede Spende – auch von Privatpersonen – trägt wesentlich zum Erfolg ihrer Arbeit bei. Ende 2014 bedankte sich das IKRK bei rund 23 000 Spenderinnen und Spendern für ihr Engagement mit einem Mailing. Es enthielt eine Antwortkarte, auf welcher die Spenderinnen und Spender Botschaften an die IKRK-Delegierten notieren konnten. Fanny Dardeau und Anne-Laure Pernee Kapoor vom Team Spendenaufrufe Privatpersonen des IKRK erzählen die spannende Geschichte dieser speziellen Aktion.

### **Wie haben die Spenderinnen und Spender auf das Mailing reagiert?**

Fanny Dardeau (F.D.): Wir hatten es kurz vor Weihnachten verschickt. Als wir Anfang Jahr zur Arbeit zurückkehrten, trauten wir unseren Augen nicht: Auf unserem Tisch stapelten sich Tausende von Antwortkarten mit persönlichen Botschaften an unsere Delegierten. Wir waren schlicht überwältigt – mehr als zehn Prozent der Angeschriebenen hatten reagiert!

### **Haben Sie ein Beispiel für diese Botschaften?**

Anne-Laure Pernee Kapoor (A.-L. P.K.): Eine über 90-jährige Frau hat geschrieben: «Meine Rente wurde gekürzt, weil mein Mann starb. Ich will aber trotzdem Ihre wertvolle Arbeit unterstützen. Ich bewundere Sie alle für Ihren selbstlosen Einsatz und danke Ihnen herzlich.»

### **Wie sind die Botschaften an die IKRK-Mitarbeitenden in den Einsatzgebieten gelangt?**

F.D.: Wir haben viele davon gescannt oder abgetippt. Die Einsatzleiterin hat sie als PDF-Datei an sämtliche Delegationen rund um den Erdball gemailt. Die Delegierten waren und sind sehr berührt von den guten Wünschen der Spenderinnen und Spender. Ich denke, wir haben damit eine neue Dimension erschlossen: Es geht nicht «nur» ums Geld, sondern um Gefühle, um moralische Unterstützung, um Inspiration für eine sehr harte Arbeit.

### **Wie ist die Idee für dieses spezielle Mailing entstanden?**

A.-L. P.K.: Wir verfolgten schon lange die Idee, den Spenderinnen und Spendern die Möglichkeit zu geben, eine Postkarte an die Hilfskräfte vor Ort zu schicken. Nachdem uns der Post-Kundenberater auf die Möglichkeit aufmerksam gemacht hatte, die Kommunikation mit einer DirectResponse Card interaktiv zu gestalten, ging alles blitzschnell. Innerhalb von drei Wochen wurde das Mailing kreiert, produziert und versendet. Die Post hat uns dabei optimal unterstützt – so hat sie etwa die Koordination mit der Druckerei übernommen und den fristgerechten Versand sichergestellt.

### **Hat Sie der Erfolg dieses Mailings zu weiteren Aktionen inspiriert?**

A.-L. P.K.: Ja, wir wollen die Interaktion mit unseren Spenderinnen und Spendern weiterführen. Zum Beispiel mit einer Leserseite in unserem neuen Magazin, auf [ikrk.org/ihrenachrichten](http://ikrk.org/ihrenachrichten) oder auch via Facebook. ■ an

[ikrk.org](http://ikrk.org)

PostPac International

## Ein einziger Partner für die ganze Welt

**Für den weltweiten Versand von Paketen genügt ein einziger Ansprechpartner. Die Post bietet globale Versandlösungen nach Mass – je nach Bedürfnis möglichst schnell oder möglichst günstig.**

Die Internationalisierung der Märkte verheisst für Schweizer Unternehmen nach wie vor grosse Chancen, und Produkte «Made in Switzerland» stehen weltweit für beste Qualität und Innovationskraft. Wichtig ist, dass sich dieses hohe Niveau auch in der Lieferlogistik manifestiert. Die Post unterstützt Schweizer Unternehmen bei

allen Export- und Importprozessen und sorgt so für nachhaltigen Erfolg.

### Die Geschwindigkeit bestimmt den Preis

Pakete ins Ausland erreichen ihr Ziel am kostengünstigsten mit PostPac International ECONOMY. Das Angebot steht für Pakete bis 30 kg innerhalb der Standardmasse oder im Sperrgutformat zur Verfügung. Die ECONOMY-Variante eignet sich für Sendungen, die zum besten Preis transportiert werden sollen und die auch ein paar Tage länger unterwegs sein dürfen. Für mehr Geschwindigkeit ist PostPac International PRIORITY

die richtige Wahl. Hier wird alles darangesetzt, die Sendung schnell ans Ziel zu bringen.

### Volle Kontrolle dank Sendungsverfolgung

Im Ausland arbeitet die Post eng mit den lokalen Postgesellschaften zusammen, den Spezialisten für Auslieferungen an private und geschäftliche Empfänger vor Ort. Mit der elektronischen Sendungsverfolgung sind Absender und Empfänger über den Transportverlauf stets im Bild, und für grösstmögliche Sicherheit werden Sendungen nur gegen Unterschrift des Empfängers ausgeliefert. ■ Is

[post.ch/pakete-ausland](http://post.ch/pakete-ausland)

SecurePost

## Werttransporte vom Diamantring bis zum Goldbarren



Sicher unterwegs: SecurePost für Werttransporte.

**SecurePost ist die Spezialistin für Werttransporte aller Art und bietet einen flächendeckenden Service in der ganzen Schweiz sowie im Fürstentum Liechtenstein.**

Mit ausgewiesenen Spezialisten, Hochsicherheits-Lagerräumen, landesweiter Abdeckung und einem ausgeklügelten Risikomanagement bietet SecurePost die perfekte Lösung für sämtliche Wertlogistik-Bedürfnisse. Namhafte Detailhandelsunternehmen, Gross- und Kantonalbanken, Firmen aus der Uhren- und Schmuckbranche sowie öffentliche Verwaltungen vertrauen seit Jahren auf die führenden Dienstleistungen von SecurePost.

### Sichere Transporte in jeder Grössenordnung

Ob Banknoten, Münzen, Edelmetalle, Wertpapiere, Uhren und Schmuck, Datenträger oder vertrauliche Dokumente: SecurePost transportiert Pakete, Paletten, Roll-Container und mehr, und zwar bis zu etliche Tonnen pro Transport und mit umfassendem Versicherungsschutz. Für die Zwischen- und Langzeitlagerung stehen Hochsicherheitslager zur Verfügung, in denen auch die Kommissionierung und Umverpackung erfolgen kann. Ground-Handling, Verzollung und ausführliche Reportings gehören ebenfalls zum breiten Dienstleistungsangebot.

### Neue Partnerschaft mit G4S

Im Bereich Import & Export von Wertsendungen arbeitet SecurePost neu mit G4S International Logistics zusammen. Die Partnerschaft mit G4S ermöglicht lückenlose Wertlogistikketten über die Landesgrenzen hinaus. ■ Is

[post.ch/securepost](http://post.ch/securepost)

Big Data

# Nach Perlen tauchen im Datenmeer

**Die Auswertung grosser Datenmengen birgt für Unternehmen grosses Potenzial – gerade auch im Bereich der Logistik.**

Laut einer Studie der International Data Cooperation (IDC) verdoppelt sich die weltweite Datenmenge alle zwei Jahre. Dieser riesige Berg an Informationen ist aber nur dann von Nutzen, wenn man ihn gezielt auswertet und die richtigen Schlüsse daraus zieht. Das gezielte Schürfen und Interpretieren von Daten wird von Fachleuten unter dem Begriff «Big Data» zusammengefasst. Auch die Post hat Big Data als Trend erkannt.

## Mehr Komfort für Versender und Empfänger

Ein mögliches Zukunftsszenario könnte wie folgt aussehen: Ein Kunde bestellt im Onlineshop. Der Shop weiss aufgrund von bisherigen Bestellungen, Facebook-Beiträgen und Kundendienst-Anfragen, dass der Kunde Bestellungen nur am Dienstag und am Sonntagmorgen persönlich entgegennehmen kann. An den restlichen Tagen will er keine Pakete erhalten. Da die Bestellung am Donnerstag eintrifft, weiss der Shop, dass das Verpacken und Versenden bis am Samstag warten kann, da der Kunde erst am Sonntag wieder Pakete entgegennimmt. Beiden Seiten ist mit dem Datenaustausch gedient – dem Shop verschafft er einen Planungsvorteil und der Kunde erhält seine Pakete zum bestmöglichen Termin. Bei allen Möglichkeiten, die Big Data eröffnet, ist

eines jedoch unabdingbar für eine breite Akzeptanz: Für alle Beteiligten gilt es, den Datenschutz konsequent zu respektieren.

## Weniger CO<sub>2</sub> dank Fahrtenauswertung

Fast 1600 Lieferwagen der Post übermitteln während ihrer Tour täglich über 4 Millionen verschiedene Meldungen, vom Fahrzeugstandort über die Fahrtrichtung und den Kilometerstand bis hin zum CO<sub>2</sub>-Ausstoss. Die Auswertung dieser Daten trägt dazu bei, Treibstoff zu sparen und die in der Nachhaltigkeitsstrategie der Post definierten CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele zu erreichen.

## Flexible Tourenplanung

Auch bei der Planung der Paketzustellungstouren gräbt die Post tief in ihren Datenbergen. Sie kennt das durchschnittliche Paketvolumen, die saisonalen Schwankungen oder den Standort und die Zahl der Briefkästen jedes Gebäudes. Durch die geschickte Kombination dieser Informationen und die Auswertung der anfallenden Daten ist es möglich, die Tourenplanung rasch und flexibel anzupassen und eine optimale Route zu finden. Das spart Zeit und Ressourcen – und schont die Nerven der Zustellerinnen und Zusteller.

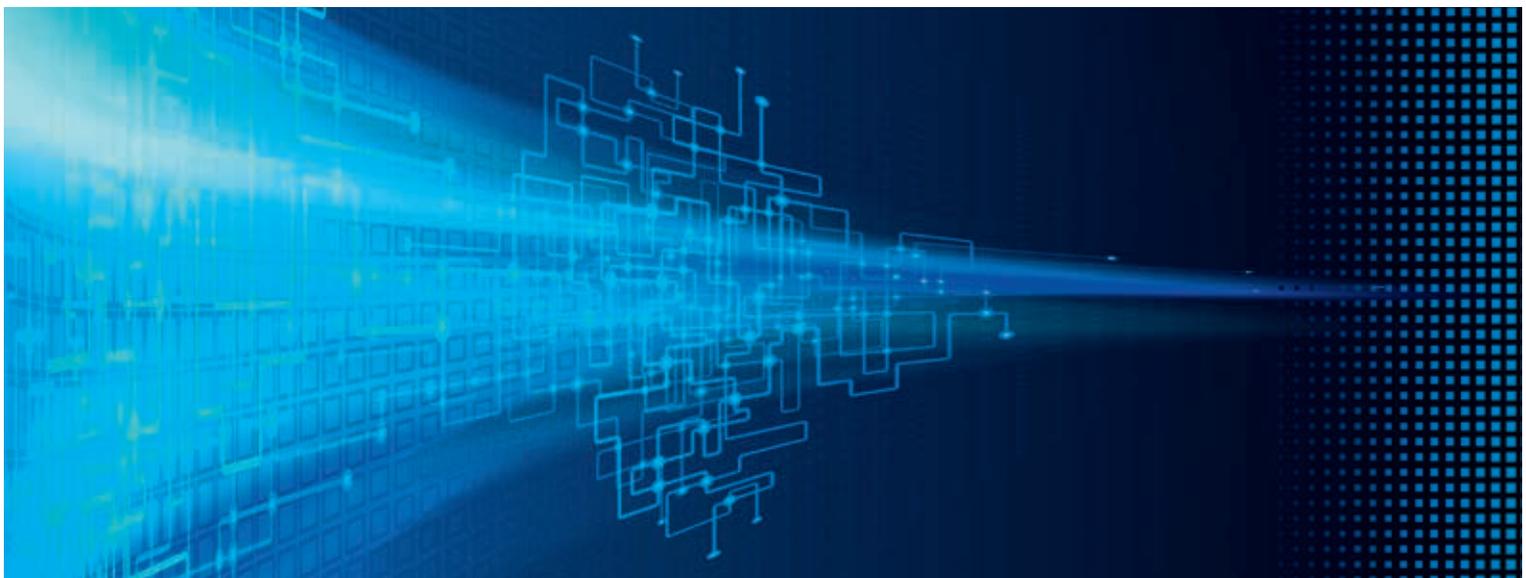
«Wie kann ich meine Kunden über den Status einer Lieferung informieren?»

Wenn Sie unsere Dienstleistung «Avisierungsservices» nutzen, werden Sie und Ihre Kunden automatisch via E-Mail oder SMS über den Status einer Sendung informiert, sobald das gewünschte Sendungsereignis eintritt. Folgende Informationen können mitgeteilt werden: Aufgabebestätigung, Information über das Zustelldatum, Informationen über den Zustellungszeitpunkt bei Samstags- oder Abendzustellung, Eingangsinformation für Postfach- und postlagernde Lieferungen, Empfangserinnerung bei Nichtabholung und Statusinformationen für Versender. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Ihren Kundenberater.

[post.ch/avisierungsservices](http://post.ch/avisierungsservices)

## Big Data auf dem Vormarsch

Die praktische Anwendung von Big Data steht erst am Anfang und Big-Data-Fachleute, die über entsprechendes Spezialwissen zur Entwicklung von Algorithmen verfügen, sind rar. Nichtsdestoweniger birgt Big Data grosse Chancen, unter der klaren Voraussetzung, dass der Datenschutz gewährleistet ist. ■ Is



Gezieltes Auswerten grosser Datenmengen verspricht Effizienzsteigerung.

E-Post Business

## Ob Tagespost oder Massensendung: Verringern Sie Ihren Aufwand

**Bieten Sie Ihren Kunden einen besseren Service, entlasten Sie sich von Routineaufgaben und legen Sie den Fokus aufs Kerngeschäft: Mit E-Post Business lagern Sie die Postverarbeitung zu attraktiven Preisen aus.**

E-Post Business bietet Ihnen zwei verschiedene Schnittstellen, über die Sie Ihre Sendungen an die Post übergeben können: eine für Unternehmen mit hohem Briefvolumen und eine für KMU. Mit diesen Schnittstellen sind Sie an der Empfängerplattform E-Post Office angebunden, dem intelligenten Briefkasten für Privatkunden. Hier wählen Ihre Kunden selbst, ob sie die Sendungen als Briefpost oder auf dem elektronischen Weg erhalten wollen.

### Sendungen einfach per Klick aufgeben

Mit E-Post Business liefern Sie Ihre Post nur noch elektronisch aus. Mit wenigen Klicks übermitteln Sie Ihre Tagespost oder Ihre Massensendung an die Post – und die erledigt den Rest. Die Post übermittelt Ihre Dokumente digital an Ihre Kunden oder druckt, verpackt und verschickt sie. Ihre Kunden erhalten die Sendungen



Zukunftsweisend: Postversand mit E-Post Business.

genauso, wie sie es wünschen: in den traditionellen oder in den elektronischen Briefkasten. Als Versender ersparen Sie sich viele bisherige Routineaufgaben – so gewinnen Sie auf elegante Weise Zeit für Ihr Kerngeschäft.

### Transparente Preise und hohe Sicherheit

E-Post Business verrechnet Ihnen ausschliesslich Leistungen, welche Sie auch tatsächlich nutzen.

Und für hohe Sicherheit ist gesorgt: Sämtliche Daten werden auf Servern in der Schweiz gelagert, und die Datenübermittlung erfolgt mittels geprüfter Verschlüsselung. ■ an

[post.ch/epostbusiness](http://post.ch/epostbusiness)



Frischer Wind für Ihre Sendungen mit der vergrösserten Werbezone.

Adressblock

## Mehr Platz auf dem Briefumschlag für Ihre Werbung

Seit dem 1. Juli haben Sie auf Ihren Briefumschlägen mehr Fläche, um Ihre Werbebotschaften prominent zu platzieren. Unterhalb der Empfängeradresse sowie rechts davon steht Ihnen mehr Gestaltungsraum für Aufdrucke und Farbverläufe zur Verfügung. Möglich macht dies der Data-matrix-Code mit der Zusatzfunktion «Adressblock». Übrigens: Um beim Nutzen der neuen Werbeflächen auf Nummer sicher zu gehen, lassen Sie Ihre Sendungen von unserer «Gut zum Druck»-Stelle überprüfen. ■ an

[post.ch/briefgestaltung](http://post.ch/briefgestaltung) → Briefe gestalten  
[post.ch/gut-zum-druck](http://post.ch/gut-zum-druck)

# Individuelle Logistiklösungen für jedes Unternehmen

**Bei der Post ist Stückgut aller Art in kompetenten Händen. Sie bietet ihren Kunden umfassende und flexible Leistungen für den Transport, die Lagerung und das Crossdocking.**

In Sachen Stückgut ist die Post nicht nur Spezialistin, sondern auch Generalistin: Geschäftskunden finden bei ihr ausgereifte Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dank des einzigartigen Know-hows, der grossen Erfahrung und der laufend erweiterten Kapazitäten ist die Post die ideale Partnerin für Stückguttransporte und Lagerlogistik. Neben standardisierten Dienstleistungen entwickelt sie effiziente Speziallösungen, die exakt auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind.

## Optimale Lösungen für jedes Volumen

Pro Tag transportiert die Post schweizweit rund 20 000 Sendungen im Güterverkehr – im Einsatz stehen dafür 375 Fahrzeuge. Von Stückgut bis zu Teil- und Ganzladungen bringt die Post alle Volumina zuverlässig zu den Empfängern. Im Hintergrund wirken modernste Planungstools und -methoden, sodass die Güter immer über optimale Transportwege befördert werden. Wenn es besonders eilt, liefert die Post mit Swiss-Express «Innight» auch über Nacht.

## Crossdocking und Lagerlogistik auf dem neusten Stand

Kaum treffen die Waren in einem Lager der Post ein, folgen schon die nächsten Prozesse: Das Crossdocking-Angebot der Post beinhaltet das Auspacken, Prüfen, Etikettieren, Zusammenführen und Weitertransportieren. Auch die Lagerlogistik-Dienstleistungen sind umfassend und reichen vom Lagern und Kommissionieren bis hin zum Auszeichnen der Ware. Rund 92 000 Quadratmeter Lagerfläche schweizweit bieten jederzeit genügend Platz. Stetige Investitionen in die Infrastruktur und moderne IT-Lösungen garantieren maximale Effizienz.

## International: totale Entlastung der Post-Kunden

Im Warenverkehr zwischen der Schweiz und Europa bietet die Post Lösungen für Sendungen vom Paket bis zur Palette, von der Verzollung bis zur Mehrwertsteuerabrechnung, von der Warenannahme bis zur Auslieferung. 360-Grad-Logistik – in der Schweiz und im Ausland. ■ an

[post.ch/logistik](http://post.ch/logistik)



Einzigartig: das Komplettangebot der Post für Stückgut und Lagerlogistik.

**LESER-  
ANGEBOT**

16. DirectDay

# Gewinnen Sie Zeit – und ein Ticket für den DirectDay

**Der 16. DirectDay findet am 24. November 2015 statt und steht ganz im Zeichen der Zeit. Hochkarätige Rednerinnen und Redner referieren im Kursaal Bern über das wohl kostbarste Gut der Gegenwart.**

Unter dem Titel «Zeit – vergänglich, verkäuflich, unbezahlbar» befasst sich der grösste Direct-Marketing-Event der Schweiz mit einem Thema, dem sich niemand entziehen kann und das immer wieder kontrovers diskutiert wird.

## **Viel Redezeit für Top-Referenten**

Treibt uns digitale Kommunikation in die Zeitsklaverei? Lässt sich Zeit managen und wenn ja, wie? Und wie wird der Faktor Zeit im Dialogmarketing wahrgenommen? Über diese und andere Themen referieren die Digital-Therapeutin Anitra Egger, der General Manager Mauro Cosetti, der Neuropsychologe Dr. Christian Schneider sowie ein Überraschungsgast. Durch den Tag führt Stephan Klapproth und das Resümee liefert der Satiriker Peter Schneider.

## **Podiumsdiskussion über den Umgang mit Zeit**

In den unterschiedlichsten Disziplinen ist der Zeitfaktor entscheidend, wenn auch aus total verschiedenen Gründen. Umso spannender wird es, wenn man Experten ihrer jeweiligen Sparte zusammenbringt: Herzchirurg Thierry Carell, Werber Dominique von Matt und die ehemalige Schweizer Kunstturnerin Ariella Kaeslin diskutieren unter der Leitung von Stephan Klapproth über ihren persönlichen Umgang mit Zeit.

## **Gewinnen Sie einen Gratisenritt für den DirectDay**

Mit etwas Glück ist die Zeit auf Ihrer Seite und Sie können gratis an der Veranstaltung teilnehmen. Wir verlosen insgesamt zehn Tickets für den DirectDay 2015 im Wert von je 245 Franken.

## **So machen Sie mit**

Füllen Sie die beigelegte Antwortkarte aus und senden Sie sie bis 25.9.2015 zurück. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen ■ Is

[post.ch/directday](http://post.ch/directday)

