



**Direct Marketing**

## **Erobern Sie den Markt** Angebote und Preise für Geschäftskunden

Ausgabe April 2012

**DIE POST** 



### Mit Direct Marketing zu mehr Erfolg

Direct Marketing bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre bestehenden oder potenziellen Kunden direkt anzusprechen. Es ist eines der wichtigsten strategischen Instrumente des modernen Marketings und erschliesst Ihnen neue Perspektiven. Sie können nicht nur Ihre Kunden individuell und persönlich ansprechen, sondern auch den Erfolg Ihrer Massnahme messen und optimieren sowie wertvolle Informationen über Ihre Zielgruppe gewinnen. Direct Marketing unterstützt den Aufbau und die Pflege Ihrer Marke, wirkt nachhaltig, ist vielfältig, international einsetzbar und verschafft Ihnen einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz.

Nutzen Sie die Vorteile dieser Kommunikationsform! Die Schweizerische Post bietet Ihnen zahlreiche Produkte und Dienstleistungen für den wirkungsvollen und kosteneffizienten Dialog mit Ihren Marktpartnern.

# Inhalt

<b>Einleitung</b>		<b>Response und Retouren</b>	
Direct Marketing	4	Geschäftsantwortsendungen	30
Zehn Vorteile des Direct Marketing	5	Retourenmanagement	32
<b>Adressierte Mailings</b>		<b>Weitere Werbemöglichkeiten</b>	
A-Post	6	PubliPoste	33
B-Post-Einzelsendungen	7		
B-Post-Massensendungen	8	<b>Know-how</b>	
OnTime Mail	11	DirectPoint	34
DirectSelfmailer	13	DirectGuide	35
DirectResponse Card	16	Seminare	36
DirectFactory	18	Onlinekurse DirectPoint	37
PostPac Promo	19	DirectNews	38
Kataloge	20	E-Mail-Newsletter DirectPoint	39
Spezialsendungen	21	DirectFacts	40
Vorleistungen	22	DirectCalendar und DirectCalendar Online	41
		Direct-Marketing-Beratung	42
		Kundenmanagement (CRM)	44
<b>Mailingumschlag</b>		<b>Internationales Direct Marketing</b>	
Gestalten	24	Internationales Direct Marketing	46
Adressieren	25		
Frankieren	26	<b>Preisnachlässe und Rabatte</b>	48
<b>Adressen</b>		<b>Weitere Informationen</b>	
Adressleistungen	27	Stichwortverzeichnis	50
		Bestellen	52
<b>Unadressierte Mailings</b>			
PromoPost	28		

## Piktogramme

➔ Mehr zu diesem Thema innerhalb der Broschüre

📌 Tipps und wichtige Hinweise

@ Zusatzinformationen im Internet

📖 Zusatzinformationen in gedruckten Publikationen

📌 Ergänzend zu den in der Broschüre umschriebenen Leistungsangeboten gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Schweizerischen Post. Sie erhalten sie in Ihrer Poststelle oder übers Internet unter [www.post.ch/agb](http://www.post.ch/agb). Sollten Sie Fragen haben, ist unser Kundendienst für Sie da. Telefon 0848 888 888, [kundendienst@post.ch](mailto:kundendienst@post.ch), [www.post.ch](http://www.post.ch)

## Mehrwertsteuer

Alle Angaben zu Preisen, Vergütungen und Zuschlägen verstehen sich, sofern nicht anders angegeben, inkl. Mehrwertsteuer.

# Direct Marketing

## Vielfältig einsetzbares Marketinginstrument

Direct Marketing umfasst Werbemassnahmen, die darauf abzielen, den Empfänger zu einer direkten, messbaren Reaktion zu veranlassen.

@ Unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint) finden Sie alles Wissenswerte über Direct Marketing sowie Arbeitshilfen, Checklisten usw.

@ Im DirectExpert online unter [www.post.ch/directexpert](http://www.post.ch/directexpert) finden Sie umfangreiches Fach- und Expertenwissen

### Funktion

Direct Marketing beruht auf einer wechselseitigen Kommunikation. Der Dialog, also der direkte Austausch zwischen zwei oder mehreren Partnern, steht im Zentrum des Direct Marketing. Idealerweise löst dabei jede Botschaft eine Reaktion aus, jede Reaktion wiederum eine Botschaft. Aus dieser Wechselwirkung entsteht eine Beziehung, die sich kontinuierlich weiterentwickelt.

Direct Marketing hat sich als eines der wichtigsten strategischen Instrumente des modernen Marketings etabliert und erschliesst neue Perspektiven. Die Fokussierung auf Zielgruppensegmente und die Möglichkeit der individuellen Ansprache einzelner Zielpersonen eröffnen ein immenses Akquisitionspotenzial. Der Aufbau und die systematische Pflege von Kundenbeziehungen erweisen sich immer mehr als entscheidende Faktoren für den langfristigen Unternehmenserfolg.

### Bedeutung

Kein Unternehmen kommt darum herum, in irgendeiner Form für seine Angebote zu werben. Es fragt sich nur wie. Sogenannt klassische Werbung mit Inseraten, Plakaten oder gar TV-Spots ist kostspielig und kommt für Unternehmen, die über kleine Werbebudgets verfügen, kaum infrage. Hinzu kommt, dass man nie genau weiss, was solche Werbemassnahmen bewirken, weil sich der Erfolg kaum messen lässt.

Beim Direct Marketing ist die Qualität der Kunden von entscheidender Bedeutung. Das heisst: Marketinginvestitionen werden systematisch dort getätigt, wo ein höherer Return on Investment erwartet werden kann. Damit setzt sich ein differenziertes Marketing durch, bei dem der Ertragswert jedes einzelnen Kunden im Mittelpunkt steht.

Die Mehrheit der Unternehmen nutzt Direct Marketing als strategisches Instrument mit entsprechend langfristigen Zielsetzungen. Damit spielt Direct Mar-

keting auch als Ergänzung oder Alternative zur klassischen Werbung in allen Branchen und Märkten eine zentrale Rolle.

### Einsatz

Der Einsatz von Direct Marketing unterstützt Sie bei der Erreichung verschiedenster strategischer und taktischer Ziele. Schon für wenig Geld lassen sich wirkungsvolle Massnahmen realisieren. So kann ein einfaches Mailing, bestehend aus einem Brief, einem Prospekt und einer Antwortkarte, einen überraschend hohen Rücklauf erzielen, wenn das Angebot stimmt und die Botschaft überzeugt.

Beispiele für den Direct-Marketing-Einsatz:

- Neukundengewinnung
- Interessentengewinnung
- Nachbearbeitung von Anfragen
- Gewinnung von Informationen über das Kundenverhalten
- Pflege der Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitenden und Aktionären
- Erhöhung des Umsatzes pro Kunde
- Direktverkauf von Produkten
- Unterstützung anderer Werbemassnahmen
- Ankündigung bestimmter Ereignisse (Messteilnahmen, Geschäftseröffnungen usw.)
- Rückgewinnung inaktiver oder ehemaliger Kunden
- Motivationssteigerung bei Verkäufern

**Das Direct Marketing ist mit seinen vielfältigen Möglichkeiten mehr denn je die Kommunikationsform der Zukunft. Denn keine andere Kommunikationsart ermöglicht eine ähnlich wirkungsvolle und kosteneffiziente Bearbeitung der einzelnen Marktpartner. Die Schweizerische Post stellt Ihnen dazu die richtigen Produkte und Dienstleistungen bereit.**

# Zehn Vorteile des Direct Marketing

## Auf einen Blick

Der Anteil von Direct Marketing an den Werbeinvestitionen steigt bei den meisten Unternehmen und Organisationen kontinuierlich. Mit gutem Grund.

### **Direct Marketing ist zielgruppenspezifisch**

Kein anderes Instrument ermöglicht eine so zielgruppengerechte Kommunikation wie das Direct Marketing. Die Kosten pro Kontakt sind zwar höher, durch den höheren Rücklauf steigt aber die Gesamteffizienz der investierten Mittel.

### **Direct Marketing ist messbar**

Aufschluss über den Erfolg einer Aktion gibt der Vergleich der Resultate mit den Zielen. Sind so viele Anfragen eingetroffen wie erwartet? Ist die gewünschte Anzahl Bestellungen eingegangen?

### **Direct Marketing ist persönlich**

Direct Marketing ist für die Zielgruppe und ihre Bedürfnisse massgeschneidert. Die konsequente Zielgruppenorientierung und Personalisierung schafft Nähe. Dadurch können Direct-Marketing-Massnahmen im Idealfall sogar als erwünscht wahrgenommen werden.

### **Direct Marketing ermöglicht den Dialog**

Mit einem langfristig angelegten Dialogprozess können wertvolle Informationen über die Zielgruppen gewonnen werden. So lassen sich Angebote gezielter auf die Kundeninteressen abstimmen.

### **Direct Marketing ist vielfältig**

Es steht eine breite Palette an Direct-Marketing-Instrumenten zur Verfügung. Sie ermöglicht eine Kommunikation, die genau auf das Produkt, die Zielgruppe und das Budget zugeschnitten und dadurch erfolgreich ist.

### **Direct Marketing ist optimierbar**

Aus jeder Direct-Marketing-Massnahme lassen sich wertvolle Erkenntnisse für zukünftige Aktivitäten ableiten: Adressen können besser selektiert, Angebot und Botschaft zielgruppengerechter gestaltet werden.

### **Direct Marketing verschafft Vorsprung**

Adressierte Mailings sind für Konkurrenten wenig transparent und lassen sich schwerer kopieren als klassische Werbemaßnahmen. Wer systematisch Direct Marketing betreibt, verschafft sich einen Wettbewerbsvorteil, der schwer einzuholen ist.

### **Direct Marketing prägt Marken**

Direct Marketing unterstützt dank der gezielten Kundenansprache wirkungsvoll den Aufbau und die Pflege von Marken. Meinungsbildner können mit massgeschneiderten Mitteln erreicht werden und tragen zur Imageverbesserung bei.

### **Direct Marketing wirkt nachhaltig**

Mit Instrumenten wie Kundenkarten, Kundenzeitschriften oder Clubs kann man Kunden nachhaltig an ein Unternehmen binden. Durch die Erzielung von Wiederholungskäufen und Cross-Selling kann der Kundenwert deutlich gesteigert werden.

### **Direct Marketing ist international**

Mittels Internet, adressierter Mailings und E-Mails lassen sich potenzielle Kunden in der ganzen Welt ansprechen. Zentralisierte Mailingkampagnen für mehrere Länder sparen Kosten und ermöglichen einen einheitlichen, professionellen Auftritt.



# A-Post

## Kommt schnell und gut an

A-Post ist schnell und geniesst eine hohe Beachtung beim Empfänger. Rechtzeitig aufgegeben, wird sie schon am nächsten Werktag zugestellt.

**@** Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/apost](http://www.post.ch/apost)

**📖** Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17)

**➔** Mehr zum Thema Geschäftsantwortsendungen finden Sie auf den Seiten 30 und 31

**➔📖** Mehr zum Thema Vorleistungen finden Sie auf den Seiten 22 und 23 sowie in der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11)

### Ihr Ziel

- Sie wollen mit Ihren Direct Mailings Ihre Kunden schnell und zuverlässig erreichen und dabei einen hohen Beachtungsgrad erzielen.
- Ihnen liegt viel daran, dass auch Ihre Kunden die Möglichkeit haben, schnell zu antworten.

### Unsere Lösung

Wählen Sie A-Post, das Premiumprodukt in Sachen Briefversand. Wenn Sie zusätzlich eine A-Post-Geschäftsantwortkarte beilegen, trifft nicht nur Ihre Botschaft, sondern auch die Antwort Ihres Kunden schneller ein.

### Leistungsangebot

Die Zustellung der A-Post erfolgt immer am nächsten Werktag. Zudem wird A-Post im Gegensatz zur B-Post auch am Samstag zugestellt.

Aufgabe	→ Zustellung
Montag	→ Dienstag
Dienstag	→ Mittwoch
Mittwoch	→ Donnerstag
Donnerstag	→ Freitag
Freitag	→ Samstag
Samstag	→ Montag
Sonntag	→ Montag

A-Post muss bis zum ordentlichen Schalterschluss bei der Annahmestelle (für Briefeinwürfe gilt letzte Leerung) abgegeben werden. Gelten lokal andere Annahmeschlusszeiten, so sind sie bei der jeweiligen Annahmestelle angegeben. Die Öffnungs- bzw. Annahmeschlusszeiten sind für das Leistungsangebot massgebend.

### Vorteile

- Ihre Briefsendungen werden an sechs Tagen in der Woche zugestellt.
- Sie betonen mit dem A-Post-Versand die Wichtigkeit Ihres Briefes.
- Wenn Ihr Brief schneller ankommt, trifft auch eine Antwort schneller bei Ihnen ein.

### Preise

#### A-Post-Standardbrief

140 × 90 mm bis Format B5 (250 × 176 mm), bis 20 mm Dicke und bis 100 g	
1–100 g	CHF 1.00

#### A-Post-Midibrief

140 × 90 mm bis Format B5 (250 × 176 mm), bis 20 mm Dicke und von 101 bis 250 g	
101–250 g	CHF 1.30

#### A-Post-Grossbrief

Bis Format B4 (353 × 250 mm), bis 20 mm Dicke und bis 1000 g	
1–500 g	CHF 2.00
501–1000 g	CHF 4.00

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15. Der Zuschlag für Standard- und Midibriefe über 20 mm und bis 50 mm Dicke beträgt CHF 2.30\*. In diesem Zuschlag ist der Spezialsendungszuschlag inbegriffen. Grossbriefe über 20 mm Dicke gelten als Paket.

\* Der Zuschlag darf nicht mit Briefmarken frankiert werden.

### Hinweise und Vergütungen

- A-Post-Sendungen müssen vom Absender klar gekennzeichnet werden.
- Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie von Standort- und Sortiervergütungen profitieren. Nähere Details entnehmen Sie bitte den Seiten 22 und 23 oder der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11).



# B-Post-Einzelsendungen

## Bewährt, zügig und preiswert

Für Mailings, die zügig innerhalb von drei Werktagen beim Empfänger ankommen sollen, wählen Sie die zuverlässige B-Post.

**@** Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/bpost](http://www.post.ch/bpost)

**📖** Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17)

**➔📖** Mehr zum Thema Vorleistungen finden Sie auf den Seiten 22 und 23 sowie in der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11)

### Ihr Ziel

- Ihre Botschaft muss die Zielgruppe nicht unbedingt am nächsten Tag, aber innerhalb von höchstens drei Werktagen erreichen.
- Sie wollen günstig kommunizieren und möchten nicht, dass Ihre Direct Mailings in der grossen Informationsflut untergehen.

### Unsere Lösung

Mit den B-Post-Einzelsendungen bieten wir Ihnen ein wirtschaftliches Produkt mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Ihre Sendungen werden spätestens drei Werktage nach Aufgabe preiswert, zuverlässig und sicher beim Empfänger ankommen.

### Leistungsangebot

Die Zustellung der B-Post-Einzelsendungen erfolgt spätestens am dritten Werktag (ohne Samstag) nach der Aufgabe.

Aufgabe	→ Zustellung
Montag	→ Spätestens Donnerstag
Dienstag	→ Spätestens Freitag
Mittwoch	→ Spätestens Montag
Donnerstag	→ Spätestens Dienstag
Freitag	→ Spätestens Mittwoch
Samstag	→ Spätestens Mittwoch
Sonntag	→ Spätestens Mittwoch

Die Sendungen müssen bis zum ordentlichen Schalterschluss bei der Annahmestelle (für Briefeinwürfe gilt letzte Leerung) abgegeben werden. Gelten lokal andere Annahmeschlusszeiten, so sind sie bei der jeweiligen Annahmestelle angegeben. Die Öffnungs- bzw. Annahmeschlusszeiten sind für das Leistungsangebot massgebend.

### Vorteile

- Sie sparen gegenüber A-Post-Sendungen bis zu 15 Prozent.

- B-Post-Einzelsendungen wirken persönlicher als E-Mails und treffen exakt in der von Ihnen gewünschten Form beim Empfänger ein.
- Keine Mindestmenge, dadurch gestaffelte Aufgabe möglich
- Die Sendungen dürfen unterschiedliche Absender haben.

### Preise

#### B-Post-Standardbrief

140 × 90 mm bis Format B5 (250 × 176 mm), bis 20 mm Dicke und bis 100 g

1–100 g	CHF 0.85
---------	----------

#### B-Post-Midibrief

140 × 90 mm bis Format B5 (250 × 176 mm), bis 20 mm Dicke und von 101 bis 250 g

101–250 g	CHF 1.10
-----------	----------

#### B-Post-Grossbrief

Bis Format B4 (353 × 250 mm), bis 20 mm Dicke und bis 1000 g

1–500 g	CHF 1.80
---------	----------

501–1000 g	CHF 3.60
------------	----------

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15. Der Zuschlag für Standard- und Midibriefe über 20 mm und bis 50 mm Dicke beträgt CHF 2.30\*. In diesem Zuschlag ist der Spezialsendungs Zuschlag inbegriffen. Grossbriefe über 20 mm Dicke gelten als Paket.

\* Der Zuschlag darf nicht mit Briefmarken frankiert werden.

### Vergütungen

Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie von Standort- und Sortiervergütungen profitieren. Nähere Details entnehmen Sie bitte den Seiten 22 und 23 oder der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11).



# B-Post-Massensendungen

## Preiswerte Lösung für Sendungen ab 500 Briefen

B-Post-Massensendungen werden spätestens am sechsten Arbeitstag nach der Aufgabe zugestellt. Ausgenommen ist dabei der Samstag. Für Sendungen ab 500 Stück ist dieses Produkt ideal zugeschnitten.



Aufgabe	→ Zustellung
Montag	→ Spätestens Dienstag der Folgewoche
Dienstag	→ Spätestens Mittwoch der Folgewoche
Mittwoch	→ Spätestens Donnerstag der Folgewoche
Donnerstag	→ Spätestens Freitag der Folgewoche
Freitag	→ Spätestens Montag der übernächsten Woche
Samstag	→ Spätestens Montag der übernächsten Woche

B-Post-Massensendungen müssen bis zum ordentlichen Schalterschluss bei der Annahmestelle abgegeben werden. Gelten lokal andere Annahmeschlusszeiten, so sind sie bei der jeweiligen Annahmestelle angegeben. Die Öffnungs- bzw. Annahmeschlusszeiten sind für das Leistungsangebot massgebend.

@ Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/b-post-massensendungen](http://www.post.ch/b-post-massensendungen)

📖 Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17)

### Ihr Ziel

- Sie möchten Ihre couvertierten Mailings, Postkarten, Kundenzeitschriften oder Kataloge zuverlässig und zu attraktiven Preisen verschicken.
- Für Sie hat die schnelle Zustellung nicht oberste Priorität, aber die Qualität ist Ihnen wichtig.

### Unsere Lösung

Das Preis-Leistungs-Verhältnis der B-Post-Massensendungen ist nicht zu übertreffen. Ihre Mailings, Kataloge und Postkarten kommen innert sechs Werktagen (Montag bis Freitag) zu vorzüglichen Konditionen zuverlässig und sicher beim Empfänger an.

### Leistungsangebot

Die Zustellung erfolgt spätestens am sechsten Werktag (Montag bis Freitag) nach Übergabe an die Post. Am Samstag werden keine B-Post-Massensendungen zugestellt.

### Vorteile

- Ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Zuverlässige, qualitativ hochstehende Dienstleistung
- Niedrige Kontaktkosten bei zuverlässigem Erreichen Ihrer Zielgruppe

### Restsendungen

Für Massensendungen gilt grundsätzlich eine Mindestaufgabemenge von 500 Sendungen. Wurde diese Mindestmenge bisher knapp nicht erreicht, konnte die Differenz mit so genannten Restsendungen ergänzt werden. Tatsächlich wurde für die Mindestmenge von 500 Sendungen bezahlt, auch wenn nur 495 Sendungen aufgegeben wurden. Sie können weiterhin weniger als 500 Sendungen aufliefern, wobei die fehlende Menge zum vollen Preis (Grundpreis + Gewichtszuschlag) verrechnet wird.

### Preise

Die Preise gelten, wenn Sie mindestens 500 Sendungen gleichzeitig aufgeben. Die Sendungen müssen von der gleichen Preisstufe (z. B. Standard) sein und den gleichen Absender tragen.



Mehr zum Thema Vorleistungen finden Sie auf den Seiten 22 und 23 sowie in der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11)

#### B-Post-Postkarten als Massensendung

140 × 90 mm bis Format B5 (250 × 176 mm) und bis max. 20 g

##### Papiergewichte

Formate	Papiergewicht
Bis A6	Mindestens 120 g/m <sup>2</sup>
A6/5	Mindestens 150 g/m <sup>2</sup>
A5	Mindestens 170 g/m <sup>2</sup>
B5	Mindestens 200 g/m <sup>2</sup>

Entsprechen die Papiergewichte nicht den Vorgaben, wird der Zuschlag für Spezialsendungen verrechnet.

##### Spezielle Gestaltungsvorgaben für Postkarten:

- Schwache Perforationen sind erlaubt, sofern die maschinelle Verarbeitung nicht beeinträchtigt wird.
- Das Anbringen von abstehenden Teilen (z. B. Post-it-Klebern oder Ähnlichem) ist nicht erlaubt.
- Die Karten dürfen keine Falzungen aufweisen.
- Einseitige Laminierungen oder Lackierungen (nicht auf Adressseite) sind erlaubt.

Der Preis beträgt CHF 0.47 pro Sendung.

Postkarten dicker als 5 mm gelten als Spezialsendung

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15.

Als Frankaturvermerk gilt ausschliesslich die PP-Frankatur.

#### B-Post-Standardbrief als Massensendungen

140 × 90 mm bis Format B5 (250 × 176 mm), bis 20 mm Dicke und bis 100 g

Der Grundpreis beträgt CHF 0.53 pro Sendung plus CHF 0.01 pro 20 g.

Standardbriefe über 5 mm gelten als Spezialsendungen.

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15.

Der Zuschlag\* für Standardbriefe über 20 mm und bis 50 mm beträgt CHF 1.50. In diesem Zuschlag ist der Spezialsendungs-zuschlag inbegriffen.

#### B-Post-Midibriefe als Massensendungen

140 × 90 mm bis Format B5 (250 × 176 mm), bis 20 mm Dicke und 101 g bis 250 g

Der Grundpreis beträgt CHF 0.78 pro Sendung plus CHF 0.01 pro 20 g über 100 g.

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15.

Der Zuschlag\* für Midibriefe über 20 mm und bis 50 mm beträgt CHF 1.50. In diesem Zuschlag ist der Spezialsendungs-zuschlag inbegriffen.

#### B-Post-Grossbriefe als Massensendungen

Bis Format B4 (353 × 250 mm), bis 20 mm Dicke und bis 1000 g

Grossbriefe über 20 mm gelten als Paket.

##### Grossbrief 1 g bis 100 g

Der Grundpreis beträgt CHF 0.95 pro Sendung plus CHF 0.01 pro 20 g.

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15.

##### Grossbrief 101 g bis 500 g

Der Grundpreis beträgt CHF 1.08 plus CHF 0.01 pro 20 g über 100 g.

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15.

##### Grossbrief 501 g bis 1000 g

Der Grundpreis beträgt CHF 1.45 plus CHF 0.01 pro 10 g über 500 g.

Der Zuschlag für Spezialsendungen beträgt CHF 0.15.

\* Der Zuschlag darf nicht mit Briefmarken frankiert werden.

## Preisbeispiele

### B-Post-Postkarten als Massensendungen

Volumen	750 Postkarten
Format	B5
Dicke	<1 mm
Gewicht	15 g

#### Grundpreis

CHF 0.47 × 750 Stück = CHF 352.50

#### Gewichtszuschlag pro 20 g

--

**Total CHF 352.50**

### B-Post-Standardbrief als Massensendung

Volumen	7500 Sendungen
Format	B5
Dicke	2 mm
Gewicht	57 g

#### Grundpreis

CHF 0.53 × 7500 Sendungen = CHF 3975.00

#### Gewichtszuschlag pro 20 g

3 × CHF 0.01 × 7500 Sendungen = CHF 225.00

**Total CHF 4200.00**

### B-Post-Grossbrief als Massensendung

Volumen	10 000 Sendungen
Format	B4
Dicke	7 mm
Gewicht	152 g

#### Grundpreis

CHF 1.08 × 10 000 Sendungen = CHF 10 800.00

#### Gewichtszuschlag pro 20 g ab 100 g

3 × CHF 0.01 × 10 000 Sendungen = CHF 300.00

**Total CHF 11 100.00**

### Vergütungen

Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie von Standort- und Sortiervergütungen profitieren. Nähere Details entnehmen Sie bitte den Seiten 22 und 23 oder der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11).



# OnTime Mail

## Direct Mailings auf den Tag genau zugestellt

Der Faktor Zeit ist für den Erfolg einer Marketingaktion oft von entscheidender Bedeutung. OnTime Mail bietet Ihnen die Möglichkeit, Massensendungen auf den Tag genau zustellen zu lassen.

**@** Weitere Informationen, interessante Anwendungsbeispiele und Erfolgsstorys aus der Praxis finden Sie unter [www.post.ch/ontimemail](http://www.post.ch/ontimemail)

**📖** Detaillierte Informationen finden Sie im Factsheet «OnTime Mail» (Artikel Nr. 299.50)

### Ihr Ziel

- Sie möchten, dass Ihre Mailings genau an einem bestimmten Wochentag oder an einem Samstag bei Ihren Zielpersonen ankommen.
- Sie haben grosse Mengen zu versenden, wollen jedoch Ihr Budget nicht durch einen A-Post-Versand überstrapazieren.

### Unsere Lösung

Besonders für zeitlich limitierte Aktionen oder mehrstufige Mailings eignet sich OnTime Mail ideal: Sie erreichen so Chancengleichheit für alle Empfänger und riskieren keine Überschneidungen bei Kampagnen, die in kurzen Abständen erfolgen. Mit OnTime Mail können Sie auch verschiedene Medieneinsätze zeitlich genau aufeinander abstimmen. Oder Sie können, um den Beachtungsgrad zu erhöhen, Ihre Mailings sogar am Samstag zustellen lassen. Zudem lassen sich mit OnTime Mail die Kapazitäten in Ihrem Callcenter besser planen.

### Leistungsangebot

OnTime Mail umfasst zwei Leistungsstufen:

- Zustellung auf einen Werktag genau (Montag bis Freitag)
- Zustellung am Samstag

Die Mindestaufgabemenge für OnTime Mail beträgt für beide Leistungsstufen 10 000 Stück.

Die Sendungen müssen vier Werktage (Montag bis Freitag) vor dem Zustelltermin – bis spätestens 17 Uhr – in einem der definierten Brief- oder Logistikzentren abgegeben werden.

### Vorteile

- Ihre Botschaften kommen zeitgenau und somit wirksamer beim Kunden an.
- Die Ressourcen für Responsemanagement oder Callcenter können genauer geplant werden.
- Integrierte, mehrstufige oder zeitlich limitierte Kampagnen können effektiver und kosteneffizienter eingesetzt und abgestimmt werden.
- Das Mailing trifft genau am gewünschten Tag ein.

### Preise

Format	Zustellung auf 1 Werktag genau	Zustellung am Samstag
Postkarte bis B5 (1–20 g)	CHF 0.55	CHF 0.87
DirectResponse Card Rückweg A-Post	CHF 0.59	CHF 0.91
Standardbrief <sup>1)</sup> (1–100 g)	CHF 0.60	CHF 0.89
Midibrief <sup>2)</sup> (101–250 g)	CHF 0.85	CHF 1.22
Grossbrief <sup>1)</sup> (1–100 g)	CHF 1.06	CHF 1.86
Grossbrief <sup>2)</sup> (101–500 g)	CHF 1.19	CHF 1.99
Grossbrief <sup>3)</sup> (501–1000 g)	CHF 1.81	CHF 2.97

<sup>1)</sup> Gewichtszuschlag pro 20 g ab 1 g: CHF 0.01

<sup>2)</sup> Gewichtszuschlag pro 20 g ab 101 g: CHF 0.01

<sup>3)</sup> Gewichtszuschlag pro 10 g ab 501 g: CHF 0.01

Die Preise gelten sowohl für sortierte als auch für unsortierte Sendungen, die als OnTime Mail verarbeitet werden können.



**@** Die aktuellen Adressen der Brief- und Logistikzentren, die Ihre OnTime-Mail-Sendungen annehmen, finden Sie unter [www.post.ch/ontimemail](http://www.post.ch/ontimemail)

**@** Vorgaben und Beispiele für die Beschriftung und Kennzeichnung der Bundzettel für OnTime Mail finden Sie unter [www.post.ch/ontimemail](http://www.post.ch/ontimemail)

### Sendungsvorbereitung und Auflieferung

Vor dem erstmaligen Einsatz von OnTime Mail schliessen Sie mit der Post eine schriftliche Vereinbarung ab. Diese regelt unsere Zusammenarbeit für OnTime-Mail-Sendungen.

Für die Vorbereitung der taggenauen Zustellung mit OnTime Mail benötigt die Post vier Werktage: Die Sendungen müssen darum vier Werktage vor dem Zustelltermin – bis spätestens 17 Uhr – in einem der definierten Brief- oder Logistikzentren abgegeben werden. Gesamtschweizerisch stehen neun Brief- und Logistikzentren zur Verfügung. Die korrekte Auflieferung von OnTime-Mail-Sendungen erfolgt ausschliesslich in Briefbehältern, in Sammelbehältern oder auf Paletten. Ob Ihre Sendungen als OnTime Mail verarbeitet werden können oder nicht, ist zudem abhängig von der Art der Befüllung dieser Gebinde.



**➔** Mehr zum Thema Vorleistungen finden Sie auf den Seiten 22 und 23

### Verarbeitung als OnTime Mail möglich ja/nein

Gebinde	Standard-, Midi- und Grossbrief			
	Unsortiert		Sortiert	
	Offen	In Bunden	Botenbund	Ortsbund
Auf Paletten	Nein	Nein	Ja	Ja
In Briefbehältern	Ja	Nein	Nein	Nein
In Sammelbehältern	Nein	Nein	Ja	Ja

### Hinweise

- Briefbehälter müssen immer gestapelt in Sammelbehältern oder auf Paletten aufgeliefert werden.
- Sortierte Sendungen in Bunden, Sammelbehältern und auf Paletten müssen korrekt als OnTime Mail gekennzeichnet sein. Briefbehälter müssen nicht angeschrieben werden.
- Bei der Auflieferung von unsortierten Sendungen offen in Briefbehältern ist eine Trennung von Postfach- und Domiziladressen erforderlich (z. B. auf unterschiedlichen Paletten), da sonst die Sendungen an Postfachadressen einen Tag vor dem gewünschten Zustelltermin zugestellt werden.
- Bei der Samstagzustellung müssen die Sendungen mit einer A-Kennzeichnung in der Frankierzone versehen sein.
- Zusammen mit den Sendungen sind auch das Aufgaveverzeichnis (AVZ) und das elektronische Aufgabeprotokoll abzugeben.
- Ein Zuschlag für Spezialsendungen erfolgt gemäss den allgemein geltenden Bedingungen für Briefsendungen.
- Als Frankiervermerk gilt ausschliesslich die PP-Frankatur.

### Vergütungen

Grundsätzlich entscheiden Sie als Kunde, ob Sie OnTime-Mail-Sendungen aufgrund der Sortiervergütung nach Botenfile sortiert in Bunden (Restmenge offen in Briefbehältern) oder generell die ganze Sendungsmenge offen in Briefbehältern (gestapelt in Sammelbehältern oder auf Paletten) aufgeben wollen. Standortvergütungen können in Abzug gebracht werden.

### Vorankündigung

Eine Vorankündigung ist bei OnTime-Mail-Sendungen immer nötig. Diese hat spätestens drei Werktage (Montag bis Freitag) vor der Postaufgabe bzw. sieben Werktage vor dem gewünschten Zustelltag zu erfolgen. Das entsprechende Formular finden Sie unter [www.post.ch/ontimemail](http://www.post.ch/ontimemail).


# DirectSelfmailer


## Alles in einem

Der Selfmailer ist ein Mailing, das ohne separate Versandhülle auskommt. Er vereint alle klassischen Elemente wie Brief, Prospekt und Antwortelement in einem Produkt.

 **Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/directselfmailer](http://www.post.ch/directselfmailer)**

 **Mehr zum Thema Gestaltung finden Sie auf Seite 24**

 **Weitere Informationen sowie detaillierte Spezifikationen finden Sie im Factsheet «DirectSelfmailer» (Artikel Nr. 299.52)**

 **Die Mindestpapiergewichte für Antwortkarten finden Sie auf Seite 9**

### Ihr Ziel

Sie möchten ein Mailing versenden, das auffällt, genügend Platz für Ihre Botschaft bietet und trotzdem nicht viel kostet.

### Unsere Lösung

Der Selfmailer fällt auf, da er ohne separate Versandhülle auskommt und trotzdem alle Elemente eines Mailings wie Brief, Prospekt und Antwortelement enthält. Die Post hat zusammen mit der Druckindustrie drei verschiedene Selfmailer entwickelt, die sich mit modernen Hochleistungsmaschinen sortieren lassen. Für diese drei sogenannten DirectSelfmailer bezahlen Sie keinen Zuschlag für Spezialsendungen.

### Einsatzmöglichkeiten

- Für Business-to-Consumer-Aktivitäten besonders geeignet: grosse Auflagen zu attraktiven Preisen mit hohem Beachtungsgrad
- Ideales Kundengewinnungsinstrument: unkompliziertes Handling für die kreativen Elemente im DirectSelfmailer, die zu einem höheren Rücklauf führen können
- Optimal einsetzbar für den Direktverkauf oder für die Bestellung von Informationsmaterial, da z. B. ein Formular personalisiert und das Antwortelement vorfrankiert werden kann
- Auch als Kundenbindungsinstrument sind die DirectSelfmailer jederzeit einsetzbar. Sie lassen sich schnell realisieren, und dank dem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis können Sie Ihre Kunden gleich mehrmals anschreiben.

### Vorteile

- Vielfältige kreative Möglichkeiten: Mit Verstärkern wie Stanzungen, Perforationen, mehrfacher Personalisierung, Individualisierungen, verschiedenen Faltmöglichkeiten oder integrierten Gutscheinen verleihen Sie Ihrem DirectSelfmailer eine besondere Note und erregen damit mehr Aufmerksamkeit.

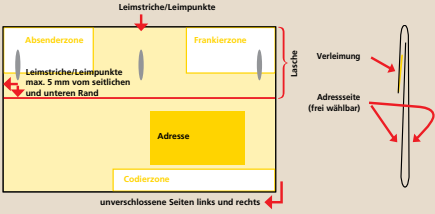
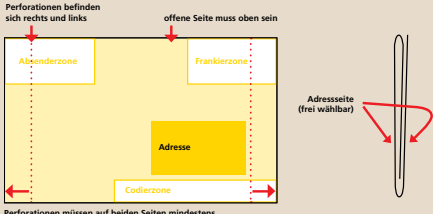
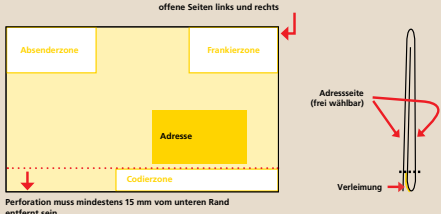
- Auch für kleine Auflagen sind die DirectSelfmailer dank standardisierter Produktion preislich attraktiv (Mindestauflage 50 Stück).
- Der Selfmailer fällt im Poststapel auf, da er sich von den anderen Briefsendungen optisch abhebt und spielerische Elemente dazu anregen, das Mailing zu öffnen.
- Optimales Preis-Leistungs-Verhältnis: Der Portopreis ist im Vergleich zu anderen Selfmailern (die zuschlagspflichtig sind) ca. 25 Prozent günstiger. Auch die Produktionskosten sind bedeutend tiefer, da der DirectSelfmailer nur aus einem Teil hergestellt wird und nicht mehrere Teile zusammengefügt werden müssen.

### Formate, Gewicht, Gestaltungsvorgaben

Für alle drei Modelle gelten folgende Bestimmungen:

- Alle Formate zwischen 140 × 90 mm und 250 × 176 mm (B5) sind möglich.
- Die erforderliche Papierqualität richtet sich nach dem gewählten Format.
- Die Sendungsdicke darf 5 mm nicht übersteigen.
- Die Sendung darf nicht mehr als 100 g wiegen.
- Beim Einsatz von Antwortkarten müssen zudem die Mindestpapierfestigkeiten für Postkarten berücksichtigt werden.
- Antwortelemente (z. B. Geschäftsantwortsendungen) dürfen beim geschlossenen DirectSelfmailer nicht sichtbar sein.
- Ein- oder aufgespendete Bestandteile können dazu führen, dass die Sendungen nicht mehr maschinell verarbeitbar sind und daher einem Zuschlag für Spezialsendungen unterliegen. Dies gilt ebenfalls bei der Verwendung von unterschiedlichen Papierfestigkeiten innerhalb eines Selfmailers. Mit einem «Gut zum Druck» unserer Spezialisten gehen Sie auf Nummer sicher. Die Kontaktangaben finden Sie unter [www.post.ch/briefgestaltung](http://www.post.ch/briefgestaltung) unter der Rubrik «Gut zum Druck».

## Typenübersicht DirectSelfmailer

DirectSelfmailer mit Lasche	DirectSelfmailer seitlich perforiert	DirectSelfmailer unten perforiert
<p>Frontal- und Seitenansicht (Beispiel 2 Teile + Lasche)</p> 	<p>Frontal- und Seitenansicht (Beispiel 3 Teile)</p> 	<p>Frontal- und Seitenansicht (Beispiel 3 Teile)</p> 
<p><b>Offene Seiten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Links und rechts</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format C6/5 bzw. sogar bis 210 × 125 mm:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 90 g/m<sup>2</sup> (Offsetpapier)</li> <li>– Mindestens 115 g/m<sup>2</sup> (gestrichenes Papier)</li> <li>– Mindestens 3 Teile plus Lasche</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format A5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 100 g/m<sup>2</sup> (Offsetpapier)</li> <li>– Mindestens 115 g/m<sup>2</sup> (gestrichenes Papier)</li> <li>– Mindestens 3 Teile plus Lasche</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format C5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 150 g/m<sup>2</sup></li> <li>– Offset- und gestrichenes Papier</li> <li>– Mindestens 2 Teile plus Lasche</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format B5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 170 g/m<sup>2</sup></li> <li>– Nur Offsetpapier möglich</li> <li>– Mindestens 2 Teile plus Lasche</li> </ul> <p><b>Verschlussvarianten für die Lasche:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mit mindestens drei vertikalen Leimstrichen, Leimpunkten oder Klebeetiketten auf der Innenseite der Lasche, wobei die beiden äusseren Leimstriche max. 5 mm vom seitlichen und unteren Rand entfernt sein dürfen.</li> <li>– Mit einem Leimstrich auf der Innenseite längs der ganzen Klappe</li> <li>– <b>Wichtig:</b> Achten Sie bitte darauf, dass die Lasche gut verleimt bzw. verklebt ist. Sonst besteht die Gefahr, dass die Sendung beschädigt oder geöffnet wird.</li> <li>– Die Grösse der Lasche richtet sich nach der Art der Verklebung sowie nach dem gewählten Format.</li> </ul>	<p><b>Offene Seite:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Muss oben sein</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format C5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 150 g/m<sup>2</sup></li> <li>– Offset- und gestrichenes Papier</li> <li>– Mindestens 3 Teile</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format B5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 170 g/m<sup>2</sup></li> <li>– Nur Offsetpapier möglich</li> <li>– Mindestens 3 Teile</li> </ul>	<p><b>Offene Seiten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Links und rechts</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format C5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 150 g/m<sup>2</sup></li> <li>– Offset- und gestrichenes Papier</li> <li>– Mindestens 3 Teile</li> </ul> <p><b>Papierqualität bis Format B5:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Mindestens 170 g/m<sup>2</sup></li> <li>– Nur Offsetpapier möglich</li> <li>– Mindestens 3 Teile</li> </ul>

## Hinweise


- Selbstverständlich können Sie auch weiterhin alle anderen Selfmailer-Typen versenden. Da sie in den Briefzentren jedoch nicht maschinell verarbeitet werden können, wird der Zuschlag für Spezialsendungen (CHF 0.15 pro Exemplar) verrechnet.
- Ein Zuschlag für Spezialsendungen wird ebenfalls verrechnet, wenn die Rahmenbedingungen für DirectSelfmailer (z. B. falsch platzierte Verleimung, Perforationen, die aufreissen) nicht eingehalten werden.
- Bei Vorsortierung der Sendungen kann dieser Zuschlag reduziert (Ortsbunde) oder ganz vermieden (Botenbezirksbunde) werden.


## Versandart und Preise

Die Versandart kann frei gewählt werden.  
Preise je Stück im Format Standard (bis B5, max. 100 g, max. 5 mm Dicke):

Beförderungsort	Preis
A-Post	CHF 1.00
B-Post-Einzelsendung	CHF 0.85
B-Post-Massensendung (ab 500 Stück)	CHF 0.53*
OnTime Mail taggenaue Zustellung (ab 10 000 Stück)	CHF 0.60*
OnTime Mail Zustellung am Samstag (ab 10 000 Stück)	CHF 0.89*

\* Gewichtszuschlag pro 20g ab 1g: CHF 0.01

 Weitere Informationen zu den Gestaltungsvorschriften finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17)

 Mehr zum Thema Vorleistungen finden Sie auf den Seiten 22 und 23 sowie in der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11)

## Sendungsvorbereitung und -aufgabe

- Die Gestaltungsrichtlinien (Absenderzone, Frankierzone, Adresszone und Codierzone) sind zwingend einzuhalten.
- Die DirectSelfmailer dürfen nicht dicker sein als 5 mm und keine abstehenden Elemente oder unbiegsamen Inhalte (z. B. Kugelschreiber oder Ähnliches) enthalten. Sonst handelt es sich um eine zuschlagspflichtige Sendung.
- Die Adressierung muss in dunkler Schrift auf hellem Hintergrund erscheinen.
- Als Frankiervermerk gilt ausschliesslich die PP-Frankatur.
- Deklarieren Sie die Sendungen im Aufgabeverzeichnis (AVZ) für adressierte Sendungen Inland als DirectSelfmailer.
- Für DirectSelfmailer, die als OnTime Mail aufgegeben werden, gelten die speziellen Auflieferbestimmungen von OnTime Mail.
- Versehen Sie A-Post-DirectSelfmailer immer mit einer A-Kennzeichnung in der Frankierzone.



## Annahme

Die Sendungen müssen bis zum ordentlichen Schalterabschluss bei der Annahmestelle (Geschäftskundenschalter der Brief- oder Logistikzentren) abgegeben werden. Gelten lokal andere Annahmeschlusszeiten, so sind sie jeweils angegeben. Die Annahmeschlusszeiten sind für das Leistungsangebot massgebend.

## Wer stellt DirectSelfmailer her?

Sämtliche Druckereien/Lettershops, die Selfmailer herstellen und den dazu notwendigen Maschinenpark besitzen.

## Versand ins Ausland

Planen Sie, DirectSelfmailer an eine Zielgruppe ins Ausland zu versenden? Dann empfehlen wir Ihnen, mit Ihrer Kundenberaterin oder Ihrem Kundenberater Kontakt aufzunehmen.

## Vergütungen


Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie von Standortvergütungen profitieren. Nähere Details entnehmen Sie bitte den Seiten 22 und 23 oder der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11).


# DirectResponse Card


## Einfach, vielseitig, rücklaufstark


Die DirectResponse Card ist Versand- und Rücklaufmedium in einem. Ob für kleine oder grosse Auflagen – sie ist das ideale Werbemittel, um neue Kunden zu gewinnen oder bestehende Kontakte zu pflegen.

 Weitere Informationen sowie die Auflistung unserer Partnerdruckereien finden Sie unter [www.post.ch/drc](http://www.post.ch/drc)

 Weitere Informationen zur DirectResponse Card finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17) oder im Factsheet «DirectResponse Card» (Artikel Nr. 299.49)

 Weitere Informationen zum Postkartentarif finden Sie auf den Seiten 9 und 10

 Weitere Informationen zu OnTimeMail finden Sie auf Seite 11

 Weitere Informationen zu DirectFactory finden Sie auf Seite 18 sowie unter [www.post.ch/directfactory](http://www.post.ch/directfactory)

### Ihr Ziel

- Ihr Angebot soll auf Anhieb erkennbar sein und dem Empfänger eine einfache und kostenlose Antwort ermöglichen.
- Ihre Kommunikationsmassnahmen sollen einen Response auslösen, der einfach verarbeitet werden kann.
- Sie wünschen sich im Voraus kalkulierbare Portokosten für den Versand und für den Response – ohne nachträgliche Verrechnung für den Eingang von Antwortkarten.

### Unsere Lösung

Mit einer DirectResponse Card machen Sie es sich und Ihren Kunden leicht! Ohne dass ein Couvert den Empfänger beim Öffnen der Sendung hemmt, ist Ihr Angebot auf den ersten Blick erkennbar. Um von Ihrem Angebot zu profitieren, braucht der Empfänger nur die Etikette abzuziehen oder die Karte an der Perforation abzutrennen, das Gewünschte einzutragen oder anzukreuzen und die Karte in den nächsten Briefkasten zu werfen.

Die DirectResponse Card eignet sich ideal für den Verkauf von Produkten, für Terminvereinbarungen, Einladungen, Umfragen, Wettbewerbe, Kataloganforderungen usw.

### Vorteile

- Volle Kostenkontrolle dank Einheitspreis für Hin- und Rückweg der Karte, unabhängig vom Rücklaufvolumen
- Dank Digitaldruck sind viele Teile der Karte personalisierbar. Auch kleine Auflagen können kostengünstig produziert werden.
- Einfache Handhabung für den Empfänger
- Erleichterte Responseverarbeitung, da die Kundenadresse bereits auf dem Antwortteil aufgedruckt werden kann

- Mit dem Onlinetool «DirectFactory» der Schweizerischen Post können Sie die DirectResponse Card Light ganz einfach selber online erstellen und physisch per Post an die gewünschte Zielgruppe zustellen lassen.

### Preise

Sie haben die Wahl zwischen verschiedenen Versandarten und profitieren so von variablen Portokosten. Die Rücksendung erfolgt als A-Post.

Hinsendung	Rücksendung A-Post
A-Post	CHF 1.04
B-Post-Einzelsendung	CHF 0.89
B-Post-Massensendungen (Postkartentarif)	CHF 0.51
OnTime Mail 1 Werktag	CHF 0.59
OnTime Mail Samstag	CHF 0.91

Die Preise beinhalten die Portokosten für den Hin- und Rückweg der Karte pro Stück und werden für die ganze Aufgabemenge angewandt, unabhängig vom Rücklaufvolumen. Die Portokosten für die DirectResponse Card Individual können je nach Ausführung einem Zuschlag für Spezialsendungen unterliegen. Der Postkartentarif ist erst ab einer Menge von 500 Stück anwendbar, OnTime Mail ab einer Mindestmenge von 10 000 Stück.

### Realisierung/Partnerdruckereien

Die Produktion der DirectResponse Card darf ausschliesslich durch eine unserer autorisierten Partnerdruckereien erfolgen.

Ausnahme: Die DirectResponse Card Light kann auch mit dem Onlinetool «DirectFactory» erstellt werden.

### Vergütungen

Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie von Standort- und Sortiervergütungen profitieren. Nähere Details entnehmen Sie bitte den Seiten 22 und 23 oder der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11).

## Varianten DirectResponse Card

### DirectResponse Card Standard

#### Der Klassiker

Ablösbare Klebeetikette mit der Empfängeradresse entfernen und schon ist die Karte bereit zur Rücksendung an den Absender.



### DirectResponse Card Individual

#### Die Individuelle

Ob zusätzliche Klebeetiketten, Rubbelfelder, Stan- zungen oder Duftfarben – hier sind den Gestaltungs- und Umsetzungsmöglichkeiten bis zum Format B5 fast keine Grenzen gesetzt.



### DirectResponse Card Light

#### Der Hit

Bei den preisgünstigen Light-Versionen (ohne Klebeetikette) trennt eine Perforation die Botschaft von der Rücksendekarte.



#### Hinweise

- Für DirectResponse Cards, die als OnTime Mail aufgegeben werden, gelten die Bestimmungen für OnTime Mail.
- Der Versand von DirectResponse Cards ist nur innerhalb der Schweiz möglich.
- Die Mindestaufgabemenge beträgt 50 Stück (über DirectFactory 24 Stück).

# DirectFactory

## Einfach, schnell und online

DirectFactory ist eine internetbasierte Applikation zum Erstellen und Versenden von adressierten Postkartenmailings mit oder ohne Antwortelement.

### Ihr Ziel

- Sie wollen Ihre Kunden einfach und schnell, aber trotzdem professionell erreichen.
- Sie wollen die Kosten für Kreation und Druck eines Mailings senken.
- Sie wollen ein Mailing innert wenigen Tagen produzieren und versenden.
- Sie möchten von der Verfügbarkeit des Grafikers, des Texters und des Druckers unabhängig sein.

### Unsere Lösung

Mit DirectFactory können Sie übers Internet einfach und schnell Ihre adressierten Postkartenmailings individuell gestalten, drucken und an die von Ihnen gewünschten Adressen versenden.

[www.post.ch/directfactory](http://www.post.ch/directfactory)



Sie haben es jetzt in der Hand, selber adressierte Mailings günstig online zu erstellen. Mit DirectFactory helfen wir Ihnen, Ihre Kundenbeziehungen noch erfolgreicher zu gestalten.

### Leistungsangebot

Alles aus einer Hand: DirectFactory ermöglicht es Ihnen, am Bildschirm in kurzer Zeit komplette Mailings zu erstellen und zu versenden.

Mit DirectFactory gestalten Sie:

- Postkarten A6, A5, A6/5 und B5
- DirectResponse Cards
- Gestanzte Kreativ-Postkarten
- Mailings mit Schokolade
- Gutscheinkarten
- Flyer unadressiert A6, A5, A6/5, B5, A4 und A3

Sie fügen einfach Bilder und Texte in die Vorlagen ein und integrieren anschliessend Ihre Adressen. Die Mailings werden von unserer Partnerdruckerei im hochwertigen Digitaldruckverfahren produziert und von der Post mit der gewünschten Versandlösung zugestellt. DirectFactory können Sie bereits ab einer Auflage von 24 Stück nutzen.

### Vorteile

- **Günstig:** keine hohen Produktionskosten dank einfacher und direkter Herstellung, absolute Preistransparenz dank Festpreis
- **Schnell:** Ihr Mailing ist schnell per Mausclick gestaltet und kann am gewünschten Versanddatum verschickt werden.
- **Einfach:** In wenigen Schritten können Sie Ihr Direct Mailing online gestalten, drucken und aufgeben.

### Preise

Alle Preise und weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/directfactory](http://www.post.ch/directfactory).

# PostPac Promo

## Auffällig werben mit 3-D-Effekt

Mit PostPac Promo offerieren wir Ihnen eine günstige und zuverlässige Lösung mit maximalem Beachtungsgrad.

@ Weitere Informationen finden Sie im Factsheet «PostPac Promo» unter [www.post.ch/downloads-logistik](http://www.post.ch/downloads-logistik)

@ Eine Liste mit den Distributionsbasen und den Annahmeschlusszeiten finden Sie unter [www.post.ch/basen](http://www.post.ch/basen)

### Ihr Ziel

Sie wollen mit Ihrem Mailing hohe Aufmerksamkeit erzielen und Ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Sie brauchen für Ihre Mailings, die schwerer als 100 g, grösser als das Format B4 oder dicker als 20 mm bzw. 50 mm sind, eine günstige Versandlösung, da sie nicht als B-Post-Massensendung verschickt werden können.

### Unsere Lösung

Mit PostPac Promo offerieren wir Ihnen eine günstige, zuverlässige Lösung für Ihre dreidimensionalen Mailings ab einer gleichzeitig aufgegebenen Sendungsmenge von 500 Stück.

### Leistungsangebot

Die Schweizerische Post stellt PostPac-Promo-Sendungen spätestens am sechsten Werktag nach der Aufgabe zuverlässig zu. Der Weg und der Status Ihrer Sendungen können mit Sendungsverfolgung verfolgt werden. Bei Abwesenheit des Empfängers deponieren wir die Sendung im Ablagefach des Briefkastens oder beim Hauseingang. Bei PostPac Promo ist die Haftung ausgeschlossen. Als optionale Zusatzleistung offerieren wir Ihnen gerne Barcode Plus und übernehmen für Sie das Drucken und auf Wunsch auch das Aufkleben der Adressetiketten.

### Vorteile

- Kostengünstiger Massenversand von gleichen Paketen
- Mehr Beachtung durch 3-D-Effekt
- Zuverlässige Versandart

### Preise und Rabatte

PostPac Promo inkl. möglicher Zusatzoptionen offerieren wir Ihnen gerne auf Anfrage.

### Formate und Gewichte

	Format	Gewicht
Mindestens	148 × 105 × 10 mm	100 g
Maximal	1000 × 600 × 600 mm	5000 g

### Hinweise

- Quaderförmige Verpackung
- Spezielle Verpackungen nach Absprache
- Dimension, Gewicht, Inhalt und Absender müssen bei allen Paketen identisch sein.
- Für PostPac Promo muss eine eigene Frankierlizenz gelöst werden.
- Jede PostPac-Promo-Adresse muss den Dienstleistungsbarcode PPR und einen Sendungsbarcode für Pakete enthalten. Bitte legen Sie uns Ihre Adressetiketten vor dem Versand zur Prüfung vor.
- Gleichzeitige Aufgabe aller Sendungen

### Sendungsaufgabe

Bitte sprechen Sie Ihren Versand vorgängig mit uns ab. Aufgeben können Sie PostPac-Promo-Sendungen in Ihrer nächsten Distributionsbasis. Wir holen die Sendungen auf Wunsch gegen Bezahlung auch gerne bei Ihnen ab.



# Kataloge

## Günstige Zustellung für schwere Kataloge

Mit der Schweizerischen Post reisen Ihre Kataloge über 500 g kostengünstig und werden sorgfältig behandelt.

 Weitere Informationen finden Sie im Factsheet «Unser Katalogversand: Damit Ihr Katalog gross rauskommt» und unter [www.post.ch/downloads-logistik](http://www.post.ch/downloads-logistik)

### Ihr Ziel

Sie wollen Kataloge mit hohen Auflagen und einem Gewicht von über 500 g verschicken und Ihr umfassendes Angebot preisgünstig bei Ihren Kunden platzieren.

### Unsere Lösung

Mit dem Angebot «Kataloge» erreichen Sie Ihre Zielpersonen in der ganzen Schweiz und können sich auf eine zuverlässige und schonende Zustellung Ihrer Sendungen verlassen.

### Leistungsangebot

Die Mindestmenge beträgt 5000 Stück pro Katalogaufgabe. Wir garantieren eine flächendeckende Zustellung (Montag bis Freitag) in der ganzen Schweiz innert acht Werktagen nach der Aufgabe.

Unzustellbare Kataloge senden wir Ihnen kostenlos zurück. Wenn ein Nachsendeauftrag des Empfängers vorliegt, senden wir die Kataloge gerne nach.

In der Zeit vom 1. bis 26. Dezember können wegen des Weihnachtsverkehrs keine Kataloge versandt werden (Aufgabe kleiner Mengen auf Anfrage möglich).

### Vorteile

- Beratung und Unterstützung für die Vorsortierung von Katalogen
- Auf den Distanzhandel und den Direktvertrieb abgestimmtes Angebot
- Wesentlich günstiger als PostPac Economy
- Versand in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein
- Zuverlässige und sorgfältige Versandart

### Preise und Rabatte

Das Katalogangebot offerieren wir Ihnen gerne auf Anfrage.

### Formate und Gewichte

	Format	Gewicht
Mindestens	148 × 105 mm	501 g
Maximal	353 × 250 mm	3000 g

### Sendungsaufgabe

Aufgeben können Sie Ihre Katalogsendungen bei einer von uns bestimmten Aufgabestelle. Am besten informieren Sie uns möglichst frühzeitig über Ihren Aussand, damit wir die notwendigen Vorkehrungen treffen können. Den Masterplan übergeben Sie uns bitte ein bis zwei Monate vor der Aufgabe. Ihren Versandplan benötigen wir spätestens zehn Werktage vor der Aufgabe.

### Gestaltungsvorgaben


Für Vorsortierung, Verpackung, Adressierung und Aufgabe gelten die spezifischen Vorgaben in der «Anleitung Kataloge über 500 g».



# Spezialsendungen

## Positiv auffallen

Eine spezielle Gestaltung und ungewöhnliche Details bei Mailings wecken Interesse und sorgen bei Kunden für Aufmerksamkeit.

 Weitere Informationen sowie eine Liste, was alles als Spezialsendung gilt, finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17)

### Ihr Ziel

Sie wollen mehr Aufmerksamkeit mit Ihrem Mailing erregen und planen eine kreative und auffällige Sendung.

### Unsere Lösung

Ihre kreativ gestalteten Mailings versenden wir per A- oder B-Post als Spezialsendung an Ihre Zielgruppe. Egal, ob Prospekt oder transparente Einladungshülle – die Post bringt Ihre Botschaft zuverlässig ans Ziel.

### Leistungsangebot

Spezialsendungen werden als A-Post, B-Post-Einzelsendungen oder B-Post-Massensendungen verschickt.

Da Spezialsendungen nicht oder nur mit Mühe maschinell verarbeitet werden können, wird der Mehraufwand durch einen moderaten Zuschlag abgegolten.

### Vorteile

Sie erhöhen die Beachtung Ihres Mailings und steigern damit die Rücklaufquote.

### Preise und Vergütungen

Je genauer Sie die Sendungen vorsortieren, desto günstiger werden die Spezialsendungen.

Sortierung	Aufpreis in CHF/Sendung
In Botenbezirksbunden	CHF 0.00
In Ortsbezirksbunden	CHF 0.10
Nicht sortiert	CHF 0.15

Preisbeispiele für eine Spezialsendung zu 20 g im Format A6, sortiert nach Ortsbunden:

Beförderungsart	Preisberechnung in CHF
A-Post	CHF 1.00 + 0.10 = 1.10
B-Post	CHF 0.85 + 0.10 = 0.95
B-Post-Massensendung	CHF 0.53 + 0.01* + 0.10 = 0.64

\* Gewichtszuschlag CHF 0.01 pro 20 g

### Gestaltungsvorgaben


Lassen Sie Ihre Druckvorlage von unseren Spezialisten beurteilen. So sind Sie sicher, dass Ihre Sendung als Spezialsendung befördert werden kann. Die Kontaktdaten finden Sie unter [www.post.ch/gut-zum-druck](http://www.post.ch/gut-zum-druck).



# Vorleistungen

## Kosten optimieren mit Sortierung und Zentrenanlieferung

Durch die Erbringung von Vorleistungen reduzieren sich Ihre Versandkosten.

 Weitere Informationen finden Sie in unserer Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11)

### Ihr Ziel

Sie möchten von Preisvergünstigungen für Ihre Direct-Mailing-Aktion profitieren und sind bereit, bei der Sortierung und Aufgabe Ihrer Mailings Vorleistungen zu erbringen.

### Unsere Lösung

Durch die Sortierung Ihrer Mailings nach Botenbezirks-, Postfach- oder Ortsbunden profitieren Sie von Vergünstigungen und erhalten bei der Aufgabe der Sendungen bei einer unserer definierten Annahmestellen weitere Preisermässigungen.

Solche Vergünstigungen werden jeweils direkt auf dem Aufgabeverzeichnis oder der Rechnung in Abzug gebracht.

### Vorteile

- Sie profitieren von tieferen Mailingkosten.
- Sie erhöhen den Return on Investment Ihrer Direct-Marketing-Aktion.

### Vorsortierung nach Botenbezirks-, Postfach- und Ortsbunden

Von der Vergütung können Sie profitieren, wenn pro Aufgabe mindestens 3000 adressierte Sendungen der gleichen Gattung und des gleichen Absenders (inkl. Restbunde/Restsendungen) versandgerecht aufgeliefert werden.

### Vergütung für Botenbezirks- und Postfachbunde

Format	Vergütung je Sendung
Standardbrief	CHF 0.00
Midibrief	CHF 0.15
Grossbrief	CHF 0.20

### Vergütung für Ortsbunde

Format	Vergütung je Sendung
Standardbrief	CHF 0.00
Midibrief	CHF 0.07
Grossbrief	CHF 0.12

- Für Sendungen in Restbunden wird keine Vergütung ausgerichtet.
- Voraussetzung für die Vergütung für Vorsortierung ist der Bezug des Sortierfiles.

### Standortvergütungen

Sie können Ihre Versandkosten noch weiter reduzieren, indem Sie Ihre Sendungen direkt an einem unserer definierten Standorte anliefern.



@ Sie finden die Anleitung zum PLZ-Verzeichnis und zum Sortierfile unter [www.post.ch/match](http://www.post.ch/match)

### Hilfsmittel

Für die gesamte Versand- und Zustellorganisation gibt es bei der Post zwei Informatikdateien (Files), die die automatische Sortierung ermöglichen.

### Postleitzahlenverzeichnis

Im Postleitzahlenverzeichnis (PLZ-Verzeichnis) sind alle Ortschaften, deren Namen in der Adresse verwendet werden dürfen, mit der Postleitzahl und mit zwei Zusatzziffern gespeichert. Dank dieser Zahlen können die Postsendungen maschinell sortiert werden.

### Sortierfile

Das Sortierfile stützt sich auf die im PLZ-Verzeichnis enthaltenen Daten. Zusätzlich sind darin die Strassen-, Weiler- und Flurbezeichnungen der rund 1300 grössten Orte mit den Angaben über die Postzustellorganisation enthalten. Anhand dieser Informationen können adressierte Briefsendungen nach Briefbotenbezirken (Mailsort) bzw. Pakete nach Paketbotenbezirken (Paketsort) sortiert werden:

- Für Briefsendungen der Mailsort
- Für Kataloge ab 500 g (Leistungsangebot CAT) der Paketsort

### Bezug des Sortierfiles

Die Post stellt Ihnen die im Sortierfile enthaltenen Daten im Internet zur Verfügung. Sie können Ihre Daten monatlich aktualisieren, indem Sie die aktuellsten Daten der Post herunterladen. Durch die Verwendung eines aktuellen Sortierfiles können Verspätungen der Sendungen oder Kürzungen der Vergütungen vermieden werden.

#### Preis Sortierfile

Einmaliger Grundpreis	CHF 5000.00
Jahrespreis	CHF 750.00
Zuzüglich MWST	

Auszüge aus dem gesamtschweizerischen Sortierfile werden nach Anzahl benötigter Postleitzahlen errechnet. Grundpreis ab CHF 500.00, Jahresgebühr mindestens CHF 100.00.

### Sendungsaufgabe

Detaillinformationen finden Sie in der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung», Artikel Nr. 202.11.

### Die Aufgabemodalitäten

Damit wir Ihnen die Vergütung für Ihre Vorleistungen ausrichten können, ist ein Informatikaufgabeprotokoll mit folgenden Angaben zu erstellen:

- Absender
- Aufgeber
- Total der sortierten Sendungen
  - davon in Botenbezirks-/Postfachbunden
  - davon in Ortsbunden
- Verarbeitungsdatum der letzten Sortierfilemutation

### Hinweis

Im Laufe des Jahres 2012 wird das heutige Sortierfile durch ein erweitertes Strassenfile abgelöst. Mit der Nutzung dieses Strassenfiles erhalten die Zustellboten die adressierten Sendungen bereits in der richtigen Reihenfolge für ihre Zustelltour (Stufe Zustellpunkt beim Gebäude). In der Übergangszeit bis Ende 2013 werden jedoch beide Files parallel zur Verfügung gestellt.

# Gestalten

## Viel Platz für Ihre Werbung

Berücksichtigen Sie die verschiedenen Zonen der Adressseite und nutzen Sie das Maximum an Raum für Ihre Werbebotschaft.

@ Unter [www.post.ch/briefgestaltung](http://www.post.ch/briefgestaltung) finden Sie die Vorgaben für die Werbezonen auf der Adressseite

📖 Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17)

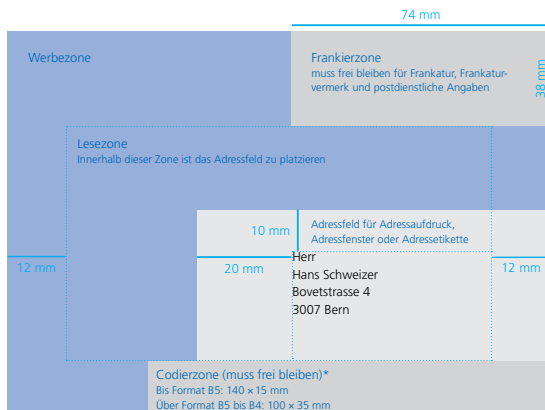
### Links oder rechts adressiert?

Beides ist möglich. Wenn die Adresse auf der rechten Seite einer Sendung steht, wird die Werbefläche grösser und Sie haben mehr Platz für den Absender.

### Die verschiedenen Zonen der Adressseite

Die Adressseite einer Sendung ist in verschiedene Zonen aufgeteilt: Adressfeld, Lese-, Codier-, Frankier- und Werbezone. Bei der Gestaltung einer Sendung ist darauf zu achten, dass sämtliche Angaben in den dafür vorgesehenen Zonen erscheinen.

In der Zone, die für Werbung vorgesehen ist, können Sie ohne Einschränkung Werbefenster platzieren. Zum Umschlagrand müssen Sie einen Abstand von mindestens 12 mm einhalten. Werbefenster dürfen nicht mit dem Adressfenster kombiniert werden.



\* Die angegebenen Masse müssen auch erreicht werden, wenn der Umschlag gefüllt ist.

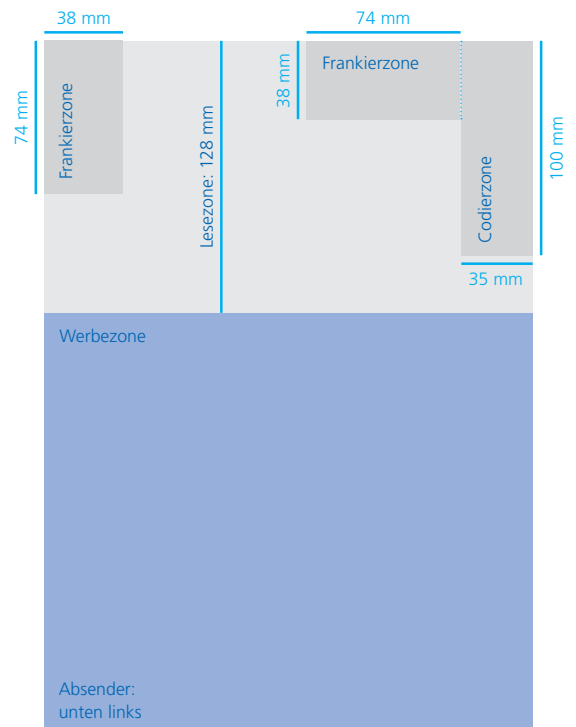
### Absenderangaben

Indem Sie Ihren Absender auf allen Briefen korrekt und vollständig angeben, erleichtern Sie sich und Ihren Partnern die Arbeit. Ihre Absenderangaben müssen Sie innerhalb der Absenderzone auf der

Adressseite oder auf der Rückseite des Couverts anbringen. Sie können sie auch im oberen Fünftel des Adressfensters oder auf der Adresstikette platzieren. Dann müssen die Angaben jedoch durch einen waagrechten Strich von der Empfängeradresse getrennt sein.

### Grossbriefe im Hochformat

Grossbriefe im Hochformat bieten viel Platz für Werbung. Die verschiedenen Zonen sind jedoch anders angelegt als bei herkömmlichen Sendungen. Berücksichtigen Sie bitte unbedingt die speziellen Vorgaben, damit die Briefe nicht ungewollt als Spezialsendungen gelten.




# Adressieren

## Richtig adressierte Mailings kommen an

Vermeiden Sie unliebsame Retouren, indem Sie Ihre Direct Mailings korrekt adressieren.

 Unter [www.post.ch/briefgestaltung](http://www.post.ch/briefgestaltung) finden Sie die Vorgaben für die Adressierung von Briefsendungen

 Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17) und in unserer Spezialbroschüre «Gute Adressen kommen an»

 Unter [www.post.ch](http://www.post.ch) finden Sie das Postleitzahlenverzeichnis

### Was gehört zu einer korrekten Adresse?

- Eine Adresse besteht aus mindestens drei und maximal sechs Zeilen.
- Die Adresse muss vollständig sein und den Empfänger so eindeutig bezeichnen, dass Verwechslungen ausgeschlossen sind.
- Firmenname oder Name und Vorname sollten möglichst ausgeschrieben werden.
- Die Adresse muss den vollständigen offiziellen Strassennamen sowie die Hausnummer beinhalten.
- Wenn der Empfänger ein Postfach hat, muss das Postfach auf der zweituntersten Zeile angegeben werden, wenn möglich mit der Postfachnummer.
- Postleitzahl und Ort dürfen in keinem Fall fehlen.

### Wie wird adressiert?

- Vollständig und mit Postleitzahl
- In der Längsrichtung der Sendung. Dadurch entsteht automatisch ein Querformat. Hochformatige Standard- und Midibriefe gelten als Spezialsendungen.
- Keine Leerzeile im Adressblock
- Weder Postleitzahl noch Ort unterstreichen oder gesperrt schreiben
- Linksbündig anschlagen

### Wo finde ich die korrekte Postleitzahl?

Die korrekte Postleitzahl für die Adressierung einer Sendung finden Sie im Ortsverzeichnis im Telefonbuch, in den Postleitzahlenverzeichnissen der Schweizerischen Post sowie im Internet.

### Beispiel Privatadresse

#### Wohnadresse mit Strasse und Hausnummer

Herr  
Hans Schweizer  
Gerechtigkeitsgasse 10  
3011 Bern

### Beispiel Geschäftsadresse

#### Geschäftsadresse mit Strasse und Hausnummer

Müller AG  
Zollikoferstrasse 788  
8008 Zürich

### Beispiel Postfachadresse

Der Hinweis «Postfach» muss immer auf der zweit- letzten Adresszeile stehen. Fehlt diese Angabe oder ist sie nicht korrekt, macht die Sendung einen Umweg, der eine Verspätung der Lieferung bewirken kann.

Schweizer AG  
Gerechtigkeitsgasse 99  
Postfach 75  
3000 Bern

Meier AG  
Mühlegasse 15, Bolligen  
Postfach 20  
3000 Bern 8

Tipp: Erfassen Sie bei Ihren Adressen auch die Postfachnummer. Sie erleichtern uns damit die Arbeit. Die genaue Bezeichnung der Postfachstelle – z. B. 4125 Riehen 2 – ist allerdings wichtiger als die Postfachnummer.

# Frankieren

## Innovativ und effizient

Die Schweizerische Post bietet Ihnen massgeschneiderte Frankierlösungen für Ihre Werbesendungen und Ihre Tagespost.

@ Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/webstamp](http://www.post.ch/webstamp), [www.post.ch/ifs](http://www.post.ch/ifs), [www.post.ch/pp-frankieren](http://www.post.ch/pp-frankieren), [www.post.ch/frankierenpost](http://www.post.ch/frankierenpost)

📖 Weitere Informationen finden Sie in den Broschüren «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17) und «Frankieren Sie ganz nach Ihrem Wunsch» (Artikel Nr. 203.13)

### PP-Frankierung

Möchten Sie Massensendungen und Direct Mailings versenden? Dann ist die PP-Frankierung das effizienteste Angebot für Sie.

Bei der PP-Frankierung handelt es sich um ein auf der Sendung angebrachtes Frankiermerkmal.

Mit dem PP-Generator können Sie das PP-Frankiermerkmal mit einem individuell gestaltetem Bild ergänzen. Griffige Slogans, Hinweise auf Kundenanlässe, Sujets Ihrer aktuellen Werbekampagne oder ein Firmenlogo können Bestandteil des Frankieraufdrucks sein.

Ihre Sendungen ab 50 Stück pro Preisstufe werden mit einem PP-Frankiermerkmal versehen und mit einem Aufgabeverzeichnis am Postschalter aufgegeben. Die Abrechnung erfolgt bequem per Monatsrechnung.

### Intelligente Frankiersysteme (IFS)

Mit dem Intelligenten Frankiersystem (IFS) können Sie Ihre Tagespost und Massensendungen wie z. B. adressierte Werbesendungen einfach und bequem frankieren. Dank Onlineverbindung verfügt das System immer über die aktuellen Tarife und Produkte. Mit IFS sparen Sie Zeit und erhalten dank monatlicher Abrechnung vollständige Transparenz über Ihre Versandkosten (inkl. MWST-Ausweis für Rückforderungen).

### WebStamp

Mit WebStamp können Sie übers Internet individuell gestaltete Briefmarken ausdrucken. Dazu ist weder eine Softwareinstallation notwendig noch entstehen Mehrkosten für Lizenz- oder andere Gebühren. Die digitalen Briefmarken von WebStamp können wie herkömmliche Briefmarken verwendet und mit einem eigenen Bild, dem Firmenlogo oder mit Produktwerbung ergänzt werden. WebStamp ist sowohl für Privatpersonen als auch für KMU (z. B. Direct-Mailing-Aktionen) geeignet.

### Dienstleistung Frankieren Post

Das Frankieren Ihrer Tagespost können Sie ganz einfach auch einem Frankierzentrum der Post anvertrauen. Dadurch gewinnen Sie wertvolle Zeit für andere Aufgaben, z. B. zur Pflege Ihrer Kundenbeziehungen.

- Sie müssen sich nicht mehr mit Tarifberechnungen befassen.
- Dank einer detaillierten Monatsrechnung bewahren Sie die Übersicht und Kostentransparenz bei allen bearbeiteten Sendungen.
- Die Sendungen können auf Wunsch auf verschiedene Kostenstellen verrechnet werden.



# Adressleistungen

## Leistungen vor dem Versand

Die Adressdaten stellen für jedes Unternehmen ein wichtiges Potenzial dar. Aktuelle Adressen bilden die Grundlage für einen Dialog oder eine Geschäftsbeziehung.

@ Weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten für Broschüren finden Sie unter [www.post.ch/match](http://www.post.ch/match)

### Ausgangslage

Pro Jahr wechseln nahezu eine halbe Million Haushalte ihr Domizil. Eine durchschnittliche, demografisch und geografisch ausgewogene Adressdatei verliert somit jährlich zwischen 8 und 10 Prozent der Adressen durch Umzüge. Dies führt zu falsch adressierten Postsendungen, verspäteter Zustellung, Adressen, die neu erfasst oder korrigiert werden müssen, und es entstehen zusätzliche Kosten für Adressmeldungen oder Retouren.

### Ihr Ziel

Sie wollen, dass Ihre Sendungen ankommen, und dies ohne Umwege und ohne unnötigen finanziellen Aufwand.

### Unsere Lösung

Mit der MAT[CH]Linie können Sie Ihre Adressdaten schnell und effizient korrigieren und aktualisieren lassen. Die Wahl der Dienstleistung ist ebenso individuell wie Ihr Bedürfnis – ob Sie Einzelabfragen im Internet, Aktualisierungen auf den eigenen Systemen oder eine Auslagerung Ihrer Adressdatenpflege vornehmen möchten, bestimmen Sie selbst.

### Unser Leistungsangebot

Das Kompetenzzentrum Adressen der Schweizerischen Post ist Ihr fachkundiger Partner für eine umfassende Datenpflege. Es verfügt über die Möglichkeit, Adressen präzise auf ihre postalische Korrektheit und Aktualität zu prüfen. Vor allem, weil das Kompetenzzentrum Adressen seit September 1996 eine aktuelle Umzugsdatenbank mit weit über fünf Millionen historisierten und verknüpften Adressen führt. Pro Monat werden über 100 Millionen Kundenadressen aktualisiert.

### Vorteile

- Ihre Adressaktualisierung geschieht kostensparend und effizient.
- Ihr Postversand erfolgt immer mit aktuellen Adressen.
- Sie verlieren keine Kontakte oder Kunden durch einen Umzug.
- Sie erhalten weniger Retouren und vermindern den manuellen Mutationsaufwand.

### Produkte und Preise (Auszug)

**MAT[CH]move** aktualisiert Ihre Adressdaten rückwirkend und liefert Umzugsinformationen.

Preise: Grundkosten pro Abgleich ab CHF 450.00; Trefferkosten CHF 1.30 (erste 100 Treffer inbegriffen).

**MAT[CH]post** korrigiert und ergänzt Ihre postalischen Adressen. Sämtliche offiziell gemeldeten Strassennamen, Postleitzahlen und Ortsbezeichnungen werden korrekt ausgeschrieben. Preise: Grundkosten pro Abgleich CHF 450.00; pro 1000 Adressen CHF 6.00.

**MAT[CH]official** informiert darüber, welche Gebäude offiziell eine neue Adresse erhalten haben. In den meisten Fällen geht es um Änderungen von Strassennamen oder Hausnummern. Dieses Produkt ist kostenlos.

**MAT[CH]street** dient zur Plausibilisierung von Adressen und beinhaltet Dateien in verschiedenen Ausprägungen mit allen Strassenbezeichnungen für die gesamte Schweiz. Preise auf Anfrage.

**MAT[CH]box:** Mit dieser Abgleichsoftware für Postfachadressen haben Sie vor jedem Versand stets die aktuellsten Postfachangaben Ihrer Geschäftspartner zur Hand. Dieses Produkt ist kostenlos.



# PromoPost

## Schweizweit streuen

Mit PromoPost erreichen Sie 2,2 Millionen Haushalte, Postfächer und weitere interessante Zielgruppen in der Schweiz. Unadressiert, einfach und kostengünstig.



@ Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/promopost](http://www.post.ch/promopost)

📖 Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «PromoPost» (Artikel Nr. 299.47)

### Ihr Ziel

- Sie möchten Ihre Produkte und Dienstleistungen einem breiten Zielpublikum bekanntmachen, Neukunden gewinnen oder die Frequenz an Ihrem Verkaufspunkt steigern.
- Ihre Kommunikationsmassnahmen sind auf bestimmte Regionen ausgerichtet und sollen einfach und kostengünstig sein.
- Sie möchten den Rücklauf gezielt erhöhen und nur erfolgversprechende Zielgruppen erreichen.

### Unsere Lösung

#### PromoPost Standard

Sie erreichen so Privatpersonen und Unternehmen an ihrem Domizil sowie Privatpersonen mit einer Postfachadresse.

#### PromoPost Standard plus

Zusätzlich zur Zielgruppe von PromoPost Standard erreichen Sie auch Unternehmen mit einer Postfachadresse.

#### PromoPost Selektiv

So erschliessen Sie attraktive Zielgruppen wie Einfamilien- und Zweifamilienhäuser, landwirtschaftliche Betriebe oder ausschliesslich Geschäftskundenpostfächer.

#### PromoPost Sampling

Für Warenmuster bieten wir Ihnen besonders attraktive Konditionen an.

#### PromoPost Samstagszustellung

Sie erreichen im definierten Streugebiet all jene Kunden, an die wir samstags A-Post oder abonnierte Zeitungen zustellen.

### Vorteile

- Sie erreichen Privatkunden praktisch vollständig und vermeiden so Streuverluste.
- Sie erhöhen den Beachtungsgrad, da PromoPost-Sendungen bis sechsmal pro Woche zusammen mit der adressierten Briefpost zugestellt werden. Es gibt keine Häufung von Werbesendungen bei den Empfängern.
- Sie arbeiten mit einem einzigen Partner zusammen, der Ihren Auftrag in bewährter Qualität ausführt und die ganze Schweiz bedient.
- Kurze Vorlaufzeiten und taggenaue Zustellung erleichtern Ihnen die Koordination Ihrer Massnahmen.

@ Erstellen Sie Ihre individuellen Streulisten und kalkulieren Sie Ihren Auftrag online mit unserem PromoPost-Tool unter [www.post.ch/promopost](http://www.post.ch/promopost)

📖 Die Preise für Handling, Spezialsendungen und andere Zusatzleistungen finden Sie in der Broschüre «PromoPost» (Artikel Nr. 299.47)

### Leistungsangebot und Preise

Informationen zum Leistungsangebot und zu den Preisen finden Sie in der aktuellen PromoPost-Broschüre oder unter [www.post.ch/promopost](http://www.post.ch/promopost).

### Sendungen nach Norm

Erfüllt Ihre Sendung die folgenden Kriterien, wird sie zu den ordentlichen Preisen sowie zum regulären Leistungsangebot befördert und zugestellt:

- Bis maximal Format B4 (353 x 250 mm)
- Nicht kleiner als Format 140 x 90 mm
- Rechteckiges Format mit einer flachen Oberfläche oder quaderförmige Sendungen
- Bis maximal 20 mm Dicke
- Gefaltete Sendungen (oder Heftform) mit mindestens **einer** geschlossenen Seitenkante
- Genügende Papierfestigkeit

PromoPost-Sendungen dürfen auch speziell sein – was ins Auge springt, setzt sich auch im Kopf fest. Wir unterstützen Sie gerne dabei und stellen Ihre Sendungen, die nicht den Gestaltungsvorgaben entsprechen, gegen einen moderaten Aufpreis zu.

### Sendungsvorbereitung

PromoPost arbeitet präzise. Jede Poststelle, die Ihre Sendungen verteilt, erhält die exakte Menge für die Briefkästen und Postfächer in ihrem Gebiet. Damit dies reibungslos geschieht, gehen wir Ihnen zur Hand mit unserem Angebot PromoPost-Handling. Wir nehmen Ihnen das Abzählen und Bündeln (d. h. die Kommissionierung und Konfektionierung) der Sammel-sendungen für den Versand gerne ab. Übergeben Sie uns einfach Ihre Gesamtauflage, gestückelt in Einheiten zu 10, 25, 50, 100, 150, 200 oder 250 Exemplaren.

Falls Sie Ihre unadressierten Mailings selbst in Sammel-sendungen zum Versand an die Zustellpoststellen vorbereiten möchten, unterstützt Sie das PromoPost-Tool bei der Erstellung der Bundzettel und der Aufgabeformulare.

### 📌 Weitere Angebote

#### PromoPost Teiladressiert

Falls nicht einfach Herr und Frau Jedermann zu Ihrer Zielgruppe gehören, ist PromoPost Teiladressiert die richtige Lösung für Sie. Bei PromoPost Teiladressiert suchen wir anhand von soziodemografischen Daten und Verhaltensmerkmalen die Hausadressen heraus, die mit Ihrer Zielgruppenbeschreibung am besten übereinstimmen. Die Mailings tragen eine unpersönliche Adresse, z. B. «An kühle Rechner/-innen, Pestalozzistrasse 34, 9999 Musterlingen».

#### Kombimailing

PromoPost Kombimailing bietet Ihnen den idealen Mix aus adressierten und unadressierten Mailings. Ihre bestehenden Kunden erhalten beispielsweise ein adressiertes Mailing mit einem Treuegutschein. Alle anderen erhalten ein unadressiertes Mailing mit einem Neukundenangebot. So schlagen Sie zwei Fliegen mit einer Klappe.

#### Mailing mit Lasche aussen

Für besonders hohe Aufmerksamkeit sorgen Sie mit einem Mailing mit Lasche aussen. Die unadressierte Werbesendung hat eine Lasche, die aus dem Briefkasten heraushängt.

#### Haftnotiz aussen auf dem Briefkasten

Zusätzlich zur Verteilung einer PromoPost-Sendung in den Briefkasten wird aussen auf dem Briefkasten eine Haftnotiz angebracht.

# Geschäftsantwortsendungen

## Einfach antworten

Mit diesen vorfrankierten Antwortsendungen bleiben Ihre Kunden mit Ihnen in Kontakt und Sie schaffen mit geringem Aufwand eine Kundenbindung.

 **Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch/gas](http://www.post.ch/gas)**

### Ihr Ziel

- Sie möchten die Rücklaufquote bei Ihren Angeboten, Umfragen oder sonstigen Geschäftsantwortsendungen erhöhen.
- Das Suchen nach einer Briefmarke soll Ihren Kunden ebenso erspart bleiben wie das umständliche Übermitteln per Fax.
- Ausserdem soll Ihr Rücklauf zur Bearbeitung schnell zurück in Ihre Firma oder Ihren Lettershop gelangen.

### Unsere Lösung

Mit einer Geschäftsantwortsendung machen Sie es Ihren Kunden leicht, denn so können sie ohne Kosten für die Rücksendung auf Ihre Angebote, Umfragen oder Sendungen aus dem Tagesgeschäft reagieren.

Die Einsatzmöglichkeiten der Geschäftsantwortsendung sind vielfältig und bieten sich immer dann an, wenn Sie vom Empfänger eine Antwort wünschen – egal, ob in Form einer Karte für Bestellungen und Informationsanforderungen oder in Form eines Umschlags für umfangreichere Antworten oder sogar für die Einsendung vertraulicher Daten.

### Vorteile

- Sie bieten Ihren Kunden eine kostenlose Antwortmöglichkeit und ermöglichen damit eine höhere Rücklaufquote und Kundenbindung.
- Für Ihre Kunden ist es die einfachste und effizienteste Art, auf Ihr Angebot zu reagieren.
- Sie bezahlen nur die Antworten, die tatsächlich zurückkommen.
- Mit «Combi Response» können Sie dieselbe Gestaltung für Antwortsendungen aus dem Inland und Ausland verwenden.
- Keine Mindestauflage
- Mit den praktischen Druckvorlagen können Geschäftsantwortsendungen problemlos selber erstellt werden.

 **Weitere Informationen zu «Combi Response» finden Sie in der Broschüre «Marketing Mail International – Kunden gewinnen und binden» (Artikel Nr. 326.06)**

### Leistungsangebot

Entscheiden Sie, wie die Antworten zu Ihnen zurückkommen:

- Als A-Post (wenn mit A gekennzeichnet)
- Als B-Post-Einzelsendung
- Als Brief mit Zustellnachweis

### Preise

Das Porto richtet sich nach der gewählten Beförderungsart, bei B-Post-Sendungen zudem nach der Anzahl der eintreffenden Sendungen. Denn ab 500 Stück pro Monat, Format und Gewichtskategorie können Sie vom günstigen Tarif für B-Post-Massensendungen profitieren.

Der Zuschlag beträgt CHF 0.10 pro Sendung.

Preisbeispiele für eine Geschäftsantwortkarte, Format A5:

Preisberechnung in CHF/Stück	
A-Post	1.00 + 0.10 = 1.10
B-Post	0.85 + 0.10 = 0.95
B-Post-Massensendung	0.53* + 0.10 = 0.63
Brief mit Zustellnachweis	5.00 + 0.10 = 5.10

\* Gewichtszuschlag CHF 0.01 pro 20 g

### Hinweise

- Eine Anmeldung mittels «Verpflichtungsschein für Geschäftsantwortsendungen» ist Voraussetzung für die Nutzung dieser Dienstleistung. Das Formular erhalten Sie bei Ihrer Poststelle.
- Legen Sie Ihrer Poststelle vor dem Druck einen Probeabzug zur Kontrolle vor, um einen Zuschlag für Spezialsendungen zu vermeiden.
- Der Zuschlag für Standard- und Midibriefe (bis Format B5) über 20 mm bis 50 mm beträgt CHF 2.30 pro Sendung. Für Sendungen über 50 mm wird der Paketpreis verrechnet.
- Für Grossbriefe (bis Format B4) über 20 mm und/oder über 1000 g wird der Paketpreis verrechnet.

**@** Unter [www.post.ch/gas](http://www.post.ch/gas) finden Sie druckfähige Vorlagen, die Sie, Ihre Druckerei oder Ihre Werbeagentur herunterladen können

## Formate und Gewichte

### Umschläge

- Mind. 140 × 90 mm
- Max. 353 × 250 mm (B4)
- Bis max. 1000 g und 20 mm Dicke  
Ausnahme: bis Format B5 (250 × 176 mm), bis 250 g, bis 50 mm Dicke

### Karten

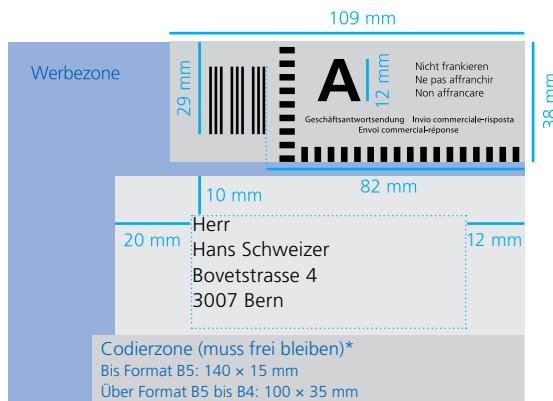
- Mind. 140 × 90 mm
- Max. 250 × 176 mm (B5)

Format		Mindestpapiergewicht für Karten ohne Umschläge
A6	148 × 105 mm	120 g/m <sup>2</sup>
A6/5	210 × 105 mm	150 g/m <sup>2</sup>
A5	210 × 148 mm	170 g/m <sup>2</sup>
B5	250 × 176 mm	200 g/m <sup>2</sup>

## Gestaltungsvorgaben

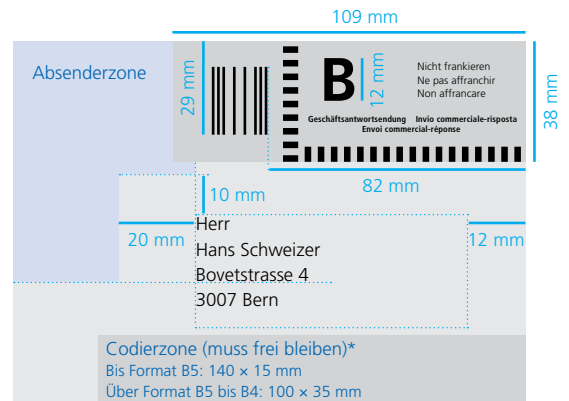
- Dunkler Druck auf hellem Papier
- Die Empfängeradresse muss innerhalb der Lesezone aufgedruckt sein (handschriftliche Empfängerangaben sind nicht gestattet).
- Bei Karten und Umschlägen bis Format B5 wird der Aufdruck eines Strichcodes empfohlen. Dicke: 0,8 mm +/- 0,15 mm; Kontrast: mindestens 0,7.
- Bei A-Post ist in der Frankierzone ein 12 mm hohes, fett gedrucktes A erforderlich, auch wenn der A-Post-Strichcode aufgedruckt wird.
- Bei B-Post empfehlen wir ebenfalls den Eindruck eines 12 mm hohen, fett gedruckten B, damit keine handschriftlichen A-Vermerke angebracht werden können (diese können aufgrund des B-Strichcodes in der Regel nicht gelesen werden).

## Beispiel Geschäftsantwortung A-Post mit Strichcode



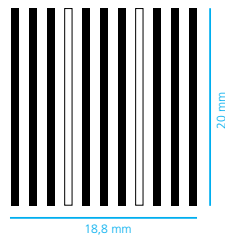
\* Die angegebenen Masse müssen auch erreicht werden, wenn der Umschlag gefüllt ist.

## Beispiel Geschäftsantwortung B-Post mit Strichcode

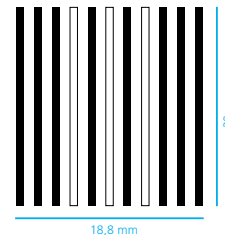


\* Die angegebenen Masse müssen auch erreicht werden, wenn der Umschlag gefüllt ist.

## Strichcode für A-Post



## Strichcode für B-Post



# Retourenmanagement

## Mehr Effizienz durch Auslagerung

Die Schweizerische Post versendet nicht nur Mailings, sondern verarbeitet im Kompetenzcenter Adressen auf Wunsch auch die Retouren und aktualisiert Ihren Adressstamm.

@ Weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten für Broschüren finden Sie unter [www.post.ch/match](http://www.post.ch/match)

### Ihr Ziel

Sie möchten die unzustellbaren Sendungen und die aktualisierten Adressen termingerecht fixfertig als Datei geliefert bekommen, statt kistenweise Postretouren zu erhalten.

@ Weitere Informationen zum Retourenmanagement finden Sie unter [www.post.ch/retourenmanagement](http://www.post.ch/retourenmanagement)

### Unsere Lösung

Was liegt näher, als die Stapel von Retouren dort zu sammeln, wo sie anfallen? In den Briefzentren werden Ihre Retouren abgefangen und durch das Kompetenzcenter Adressen bearbeitet. Wir bieten Ihnen verschiedene Lösungen, damit Sie sich auf Ihre Kernkompetenzen konzentrieren können.

➔ Mehr zur Verbesserung der Adressqualität finden Sie auf Seite 27

### Unser Leistungsangebot

Unsere Leistungen gehen vom Grundsatz aus, dass die Postsendungen den Postweg nicht verlassen, und schliessen somit den Kreis einer weitreichenden Datenpflege. Nicht zustellbare Sendungen werden zentral erfasst und Ihnen termingerecht als massgeschneiderte Datei zugestellt. Das Dienstleistungsangebot geht vom einfachen Erfassen und Weiterleiten an den Postaufgeber über die Datenpflege bis hin zu Neucouvertierung und Weiterversand.

### Produkte und Preise (Auszug)

MAT[CH]return: Drei Angebote für die Retourenverarbeitung stehen Ihnen zur Verfügung: «Retouren Standard», «Retouren move» sowie «Retouren move & search». Preise auf Anfrage.

MAT[CH]search kann postalische Adressen und damit Kundenkontakte reaktivieren, die Sie schon verloren glaubten. Dabei wird das Know-how der Post und der Behörden vor Ort (Einwohnerkontrollen) genutzt. Diese Dienstleistung wird auch über die Schweizer Grenze hinaus angeboten. Der Preis ergibt sich nach geschätztem Suchaufwand (auf Anfrage).

MAT[CH]move online: Aktualisierung mit Onlinezugriff. Sie greifen via Internet auf die Umzugsmeldungen zu und tätigen Einzelabfragen. Geeignet für kleinere bis mittelgrosse Datenstämme. Jahresgebühr CHF 150.00; Trefferkosten CHF 1.30 (erste 50 Treffer jeweils in der Jahresgebühr inbegriffen).

### Vorteile


- Reduktion von Produktions-, Versand-, Personal- und Infrastrukturkosten
- Vermeidung von physischen Retouren
- Geringere Kosten für Folgemailings dank weniger Retouren
- Strukturierte Basis für Auswertungen und Statistiken in Datenform
- Transparente Budgetierungsmöglichkeit bereits im Voraus



# PubliPoste

## Ihre Werbung in den Poststellen

Die Werbemöglichkeiten in den Poststellen bieten Ihnen eine einzigartige Werbepattform für Ihre Angebote und Dienstleistungen.

 Weitere Informationen zu den Angeboten und Tarifen finden Sie in der Spezialbroschüre «PubliPoste: Profis werben in Poststellen – Angebote und Preise 2012» unter [www.post.ch/publiposte](http://www.post.ch/publiposte) oder unter Telefon 058 338 38 38

### Ihr Ziel

Sie wollen von den Besucherströmen in den Poststellen profitieren und Werbemöglichkeiten für Ihre Angebote und Dienstleistungen nutzen.

### Unsere Lösung

PubliPoste bietet Ihnen eine einzigartige Werbepattform in den Poststellen.

Fast alle Schweizerinnen und Schweizer gehen regelmässig zur Post. So kommt es nicht von ungefähr, dass die Besucherzahl aller Poststellen in einem einzigen Monat weit höher ist als die gesamte Bevölkerungszahl der Schweiz. In einer Woche sind es über drei Millionen Menschen, die sich durchschnittlich rund sieben Minuten in einer Poststelle aufhalten und Zeit haben, Ihre Werbung zu beachten.

Nutzen Sie deshalb das werbewirksame Umfeld der Poststellen für Ihre Werbebotschaften. Sie profitieren von einem hohen Werbedruck zu äusserst vorteilhaften Kontaktpreisen.

### Leistungsangebot

PubliPoste bietet Ihnen sechs verschiedene Werbeträger an. Sie buchen sie einzeln oder in Kombination mit einem anderen Werbeträger und profitieren so von Synergieeffekten.

### Klassisch – Plakate und Rotairs

Plakate in verschiedenen Formaten und Rotairs sind aus den rund 2000 Poststellen der ganzen Schweiz nicht mehr wegzudenken. Ein Beispiel für attraktive Werbeflächen ist der Dispenser mit integriertem Plexiglashalter für A4-Plakate in den grossen und mittleren Poststellen.

### Direkt – Dispenser

Wo ein Dispenser steht, gibt es immer etwas mitzunehmen: Prospekte, Zeitschriften, Broschüren oder Flyer im Kleinformat. Die Dispenser bieten Ihnen eine ideale Plattform für Direktwerbung, die Erfolg messbar macht.

### Persönlich – Schalterabgaben

Schalterabgaben haben es in sich. Ein nettes Wort, ein Lächeln ... Sichern Sie sich die höchstmögliche Aufmerksamkeit für Ihr Angebot durch das persönliche Überreichen am Schalter.

### Verkaufsfördernd – Promotionsflächen

Eine Fläche von vier Quadratmetern steht Ihnen in über 90 grösseren Poststellen in der ganzen Schweiz für Produktdegustationen und -demonstrationen zur Verfügung. Sie buchen die Promoflächen für ganze Tage während einer beliebigen Zeitdauer.

### Elektronisch – CanalPoste

CanalPoste-Spots verkürzen nicht nur die Wartezeit für Poststellenbesucherinnen und -besucher, sondern präsentieren Ihre Werbebotschaft in bester Bildqualität und in einem sehenswerten Programmumfeld aus Infos und Unterhaltung. In Kombination mit aufgelegten Prospekten gleich doppelt effizient.

### Lokal werben

A4- und A3-Plakate, Prospektaufgaben in Dispensern und Promotionsflächen können auch lokal gebucht werden. Wenden Sie sich bitte direkt an die jeweilige Poststellenleitung.

### Vorteile

- Grosse Breitenwirkung
- Vorteilhafte Kontaktpreise
- Vielfältige Werbemöglichkeiten

### Preise und Rabatte

Die Preise und Konditionen für PubliPoste-Angebote finden Sie in der aktuellen Tarifdokumentation.



# DirectPoint

## Onlinekompetenzzentrum für Direct Marketing

Auf [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint) finden Sie rund um die Uhr, was Sie schon immer über Direct Marketing wissen wollten.

**i** Ihre spezifischen Direct-Marketing-Fragen können Sie jederzeit an [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch) richten

**@** Weitere Informationen zu den Werbemöglichkeiten auf DirectPoint finden Sie unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)

### Ihr Ziel

Sie suchen aktuelles Fachwissen, Arbeitshilfen wie Checklisten und Vorlagen sowie Tipps und Tricks rund ums Thema Direct Marketing.

### Unsere Lösung

DirectPoint ist im Internet die erste Adresse für erfolgreiches Direct Marketing. Werbetreibende und Direct-Marketing-Interessierte erhalten unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint) zahlreiche Praxishilfen und Tools zum Planen und Umsetzen von gewinnbringenden Werbekampagnen.

### Inhalte

Einige Inhalte und Tools im Überblick:

- Onlinekurse
- E-Mail-Newsletter
- DM-Tipps
- Checklisten, Vorlagen, Arbeitshilfen
- Fallstudien
- Expertenbeiträge
- DirectExpert
- DirectGlossary
- DirectCalendar Online
- PostCast
- Mailing-Guide

### Vorteile

- Rund um die Uhr zugänglich
- Umfassend und kompetent
- Kostenlose Inhalte

### Werbemöglichkeiten

Partnerschaften und Produktpräsentationen auf Anfrage



# DirectGuide

## Fachwissen aus der Direct-Marketing-Praxis

Dieses Praxishandbuch leitet Sie an, wie Sie mit Direct Marketing erfolgreich werben und verkaufen: Die Umsetzung Ihres nächsten Mailings oder Ihrer nächsten E-Mail-Kampagne fällt Ihnen ab sofort leicht.

**@** Weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten finden Sie unter [www.post.ch/directguide](http://www.post.ch/directguide)

### Ihr Ziel

- Sie möchten mehr über Direct Marketing und dessen Vorteile erfahren.
- Sie suchen Fachwissen und Praxistipps, die sich sogleich umsetzen lassen. Und Sie wollen sich einfach und rasch ins Thema einlesen.
- Sie wollen Mailings und E-Mail-Kampagnen selber umsetzen und können Planungs- und Arbeitshilfen gut gebrauchen.
- Sie suchen immer wieder nach guten Ideen für Ihre Direct-Marketing-Kampagnen.

### Unsere Lösung

Der DirectGuide enthält Grundlagenwissen, Anleitungen und Ideen für die Umsetzung von Mailings von A bis Z. Besonders hilfreich ist auch der Teil «Textwerkstatt: Werbefriefe und E-Mail-Kampagnen, die wirken», denn verständlich und anregend schreiben kann man lernen.

### Inhalte

- Chancen und Potenziale
- Grundlagen des Direct Marketing
- Die Umsetzung: Ein Mailing entsteht
- E-Mail-Marketing einfach umgesetzt
- Rücklauf, Erfolgskontrolle, Nachfassaktion
- Ideen für erfolgreiches Direct Marketing
- Zwei Beispiele aus der Praxis
- Textwerkstatt: Werbefriefe und E-Mail-Kampagnen, die wirken
- Serviceteil mit Direct-Marketing-Wissen, Checklisten und Tools

### Preis

CHF 29.00 zzgl. Versandkosten



# Seminare

## Mehr wissen über Direct Marketing

Wissenslücken schliessen und neue Horizonte eröffnen mit Seminaren.  
Unser Angebot deckt ein breites Spektrum ab.

**@** Weitere Informationen und Anmeldungen finden Sie unter [www.post.ch/dm-seminare](http://www.post.ch/dm-seminare)

### Ihr Ziel

- Sie suchen neue Impulse, Tipps und Tricks für Ihr Direct Marketing.
- Sie wollen wirkungsvolle Mailings texten, mehr Erfolg beim telefonischen Nachfassen erzielen, erfolgreich verkaufen oder planen eine E-Mail-Marketing-Aktion.

### Unsere Lösung

In unseren Seminaren lernen Sie all dies und noch viel mehr. Kompetente Fachreferenten aus dem Direct Marketing geben ihr Wissen ohne Umwege weiter. Fachwissen, das sich sogleich mit Erfolg in die Praxis umsetzen lässt.

### Leistungsangebot

Der Schwerpunkt der Seminare liegt beim Thema «Texten/Kreation».

Weitere Themen sind:

- Online / neue Medien / E-Mail
- Rhetorik/Auftreten
- Medien/Verkauf/Events
- Telefonieren

Die Seminarthemen werden laufend erweitert. Bitte fordern Sie das ausführliche und aktuelle Seminarprogramm an.

### Preise

Seminar 1 Tag	CHF 680.00
Seminar ½ Tag	CHF 330.00

Die Preise sind exkl. MWST und können bei einzelnen Seminaren abweichen.



# Onlinekurse DirectPoint

## Ausbildung zum Nulltarif

Kostenlos Direct-Marketing-Wissen tanken Sie mit unseren beliebten Onlinekursen in nur vier bis fünf Wochen.

**@** Weitere Informationen und Anmeldungen finden Sie unter [www.post.ch/dm-onlinekurse](http://www.post.ch/dm-onlinekurse)

### Ihr Ziel

Sie möchten sich im Direct Marketing weiterbilden, dafür jedoch weder Geld noch viel Zeit investieren.

### Unsere Lösung

In den Onlinekursen von DirectPoint wird sowohl Grundwissen wie auch vertieftes Fachwissen vermittelt. Während vier bis fünf Wochen erhalten die Teilnehmenden jeweils einmal wöchentlich per E-Mail einen Kursteil in «leicht verdaulichen Häppchen» serviert. Bis heute haben bereits über 47 000 Personen an den Onlinekursen teilgenommen.

### Themen

Zahlreiche Onlinekurse zu verschiedenen Direct-Marketing-Themen können abgerufen werden:

- Kundengewinnung
- Kundenbindung
- Werbeerfolgsmessung/Werbeeffizienz
- Podcast
- Events und Messen
- Corporate Publishing
- Adressmanagement
- Telefonmarketing
- E-Mail-Marketing
- 1 x 1 des Direct Marketing
- Werbebriefe texten
- Erfolgsfaktor Zeit
- Kooperationsmarketing
- Onlineshops

### Vorteile

- Hoher Praxisbezug
- Kostenlos von qualifiziertem Fachwissen profitieren
- Praktische Vorlagen und Checklisten herunterladen



# DirectNews

## Informiert sein

Die auflagenstärkste Zeitschrift für Direct Marketing ist für Sie kostenlos. Sie informiert viermal pro Jahr über aktuelle Themen und Trends.

**@** Bestellen Sie die DirectNews kostenlos unter [www.post.ch/directnews](http://www.post.ch/directnews)

**i** Kontaktadresse für Werbemöglichkeiten in der DirectNews: Infel AG, Militärstrasse 36, 8021 Zürich, Tel. 044 299 41 22

**@** Weitere Informationen zu den Werbemöglichkeiten in der DirectNews liefern Ihnen unsere aktuellen Mediadaten unter [www.post.ch/directnews](http://www.post.ch/directnews)

### Ihr Ziel

Sie wollen regelmässig das Neuste aus der Welt des Direct Marketing erfahren.

### Unsere Lösung

DirectNews ist die Kundenzeitschrift der Schweizerischen Post für erfolgreiches Direct Marketing. Mit einer Auflage von über 44 000 Exemplaren erreicht die DirectNews in der Schweiz mehr Entscheider in Marketing, Verkauf und Geschäftsleitung als jede andere Marketingfachzeitschrift.

### Inhalte

Die DirectNews erscheint vierteljährlich und berichtet unter folgenden Rubriken über News, Trends, Know-how und neue Lösungen im Direct Marketing:

- DirectFacts
- DirectInfo
- DirectFocus
- DirectTip
- DirectCase
- DirectAddress
- DirectOnline
- DirectInternational

### Werbemöglichkeiten

- Eintrag in das Dienstleisterverzeichnis «DirectServices»
- Beilagen
- Personalisierte Responsekarte auf der letzten Umschlagseite



# E-Mail-Newsletter DirectPoint

## Informiert bleiben

Dieser Newsletter hält Sie monatlich auf dem Laufenden.  
Direct-Marketing-News frei Haus gibts unter [www.post.ch/dm-newsletter](http://www.post.ch/dm-newsletter).

**@ Bestellen**  
Sie den Newsletter  
kostenlos unter  
[www.post.ch/  
dm-newsletter](http://www.post.ch/dm-newsletter)

**i Kontakt-**  
adresse für Werbe-  
möglichkeiten im  
E-Mail-Newsletter:  
[directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)

### Ihr Ziel

Sie suchen schnellen Zugang zu aktuellen Informationen über Direct Marketing.

### Unsere Lösung

Mit dem kostenlosen E-Mail-Newsletter von DirectPoint profitieren Marketingprofis wie auch Laien von praxiserprobtem Fachwissen, praktischen Tools und wertvollen Kontakten.

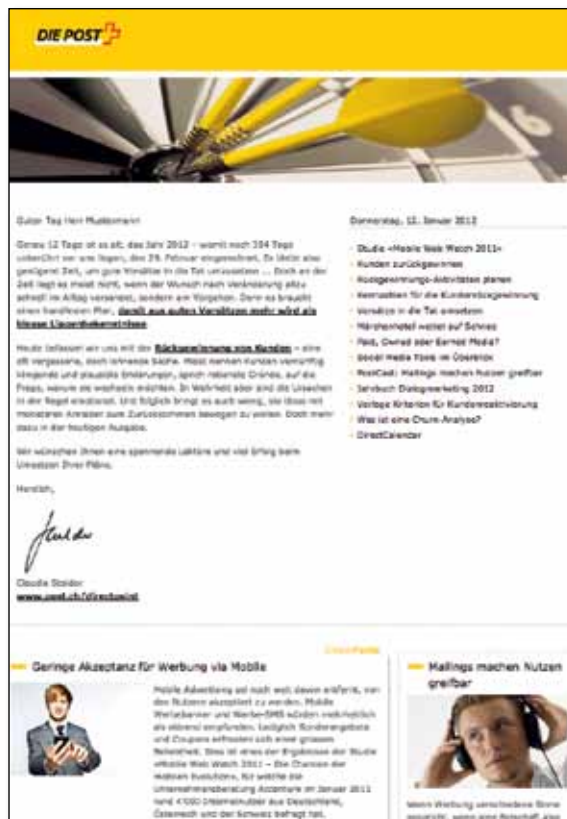
### Inhalte

Monat für Monat berichtet DirectPoint über aktuelle Themen aus der Welt des Direct Marketing:

- Neue Produkte und Innovationen
- Neue Technologien
- Aktuelle Markttrends
- Tipps und Tricks
- Wissenswertes zu Messen, Veranstaltungen und Wettbewerben

### Werbemöglichkeiten

Banneranzeigen im E-Mail-Newsletter auf Anfrage



# DirectFacts

## Schnell mehr wissen

Das Wichtigste über Direct Marketing in Kurzform. Unterstützt Sie bei der Planung und Umsetzung mit wertvollen Fakten und Zahlen.

@ Bestellen Sie  
DirectFacts kostenlos  
unter [www.post.ch/directfacts](http://www.post.ch/directfacts)

### Ihr Ziel

Sie sind gerne rasch über das Wichtigste informiert und wollen immer die aktuellen Kennzahlen, Preise und Angebote im Direct Marketing griffbereit haben.

### Unsere Lösung

DirectFacts im praktischen Westentaschenformat liefert jährlich die neusten Trends und Daten und erleichtert Ihnen die Suche nach wichtigen Informationen zum Thema Direct Marketing.

### Inhalte

- Strategie
- Planung
- Adressen
- Versand
- Response
- Know-how
- Weitere Informationen



# DirectCalendar und DirectCalendar Online

## Besser planen, gezielter werben

Die unentbehrliche Planungshilfe für Ihre Direct-Marketing-Aktivitäten in der Schweiz. Neu nun auch online.

**@** Bestellen Sie die Printausgabe und testen Sie den DirectCalendar Online kostenlos unter [www.post.ch/directcalendar](http://www.post.ch/directcalendar)

**@** Informationen zum International HolidayCalendar finden Sie auf der Seite 47. Ihre internationalen Mailings planen Sie unter [www.post.ch/holidaycalendar](http://www.post.ch/holidaycalendar)

### Ihr Ziel

Sie möchten auf einen Blick sehen, was wann wo in der Schweiz los ist, damit Sie Ihre Jahresplanung und den Versandzeitpunkt Ihrer Mailings sorgfältig vorbereiten können.

### Unsere Lösung

Die kostenlosen DirectCalendar und DirectCalendar Online bieten Ihnen als Event- und Ferienkalender eine praktische Planungshilfe für Ihre Marketingaktivitäten.

### Inhalte

- Übersichtlicher Ferienkalender aller Kantone
- Feiertage in der Schweiz
- Veranstaltungen und Anlässe



# Direct-Marketing-Beratung

## Auf zu neuen Direct-Marketing-Horizonten

Direct Marketing besitzt unzählige Facetten. Da kann es selbst für Profis hilfreich sein, sich beraten zu lassen. Die Post unterstützt Sie mit Fachwissen – immer dann, wenn Sie es benötigen.

### **Ihr Ziel**

Sie suchen neue Impulse für Ihr Direct Marketing und möchten den Erfolg Ihrer Aktionen nachhaltig steigern.

### **Unsere Lösung**

Mit unseren ausgewiesenen und erfahrenen Direct-Marketing-Beratern unterstützen wir Sie bei der Akquisition von Neukunden, beim Auf- und Ausbau langfristiger Kundenbeziehungen und bei der optimalen Pflege von bestehenden Kunden. Zu diesen zentralen Themen bieten wir kompetente Beratung für Geschäftskunden und Agenturen.

### **Leistungsangebot**

Die Direct-Marketing-Beratung besteht aus drei Komponenten: Beratung, Workshops und Vermittlung. Die Post unterstützt Sie damit auf praxisbezogene Art und Weise bei Ihrem Ziel, mit Direct Marketing erfolgreicher zu sein.

### **Beratung**

Sinn einer Beratung ist es, Prozessabläufe zu analysieren und Potenzial für noch mehr Erfolg auszuloten. So wird verhindert, dass Ihre Direct-Marketing-Kampagne in eine falsche Richtung zielt. Wir finden zusammen mit Ihnen heraus, welche Herausforderungen in Sachen Marketing und Kommunikation für Ihr Unternehmen aktuell sind, und denken auch an zukünftige Entwicklungen. Dabei geht es ebenfalls um den Einsatz neuer Medien.

### **Workshops zu strategischen und operativen Themen**

Wir bieten Ihnen praxisbezogene und bedürfnisorientierte Workshops, die auf fundierten Analysen beruhen. Mit unseren kompetenten Direct-Marketing-Beratern erarbeiten Sie Direct-Marketing-Massnahmen und Lösungen zur Optimierung Ihrer Marktbearbeitung.

### **Vermittlung**

Gerne empfehlen wir Ihnen externe Partner wie Listbrokers, Lettershops usw. Profitieren Sie von unseren umfassenden Marktkenntnissen und unserem Know-how in Sachen neue Medien.

### **Vorteile**

- Sie werden persönlich und professionell beraten.
- Sie erhalten eine neutrale Analyse Ihrer Direct-Marketing-Prozesse.
- Sie profitieren von individuellen Empfehlungen und zusätzlichem Fachwissen.
- Sie erhalten für Ihr Direct Marketing neue Impulse, die auf langjährigen praktischen Erfahrungen beruhen.

### **Ihr Kontakt zu uns**

Gerne nehmen wir mit Ihnen Kontakt auf. Senden Sie uns dazu die Antwortkarte auf der letzten Seite dieser Broschüre.

### **Aus der Praxis**

Zusammen mit renommierten Kunden aus den verschiedensten Bereichen und Werbeagenturen konnten wir zahlreiche Erfolgsgeschichten realisieren. Dazu finden Sie auf der nächsten Seite zwei Beispiele.

### **Starker Response mit auffälligem Laschenmailing und Coupons**

Coop wollte Kundschaft und direkten Abverkauf für vier Getränkemärkte in der Zentralschweiz generieren. Die Wahl fiel auf ein Werbemittel mit hohem Beachtungsgrad und gut sichtbaren Rabattbons.

### **Aufmerksamkeit wecken und Kaufreflex auslösen**

Zielgruppe waren alle Haushalte im Umkreis ausgewählter Getränkemärkte. Wie erreicht man nun möglichst alle im definierten Gebiet und führt die potenziellen Kunden dann möglichst effizient in einen der Getränkemärkte? Eine Lösung dafür zu finden, war die eine Herausforderung für Coop. Die andere Herausforderung war, das gute Ergebnis vom Vorjahr sogar noch zu übertreffen.



### **Aufmerksamkeitsstarkes Mailing**

Damit möglichst viele Personen in der gewählten Region angesprochen werden konnten, empfahl die Post ein unadressiertes Mailing. Da das Ergebnis meist besser ausfällt, wenn die unadressierte Werbesendung speziell ist, war das PromoPost-Mailing mit Lasche ausser die ideale Lösung. Das Mailing hat eine gefaltete Lasche und wird so in die Briefkastenöffnung gesteckt, dass die Lasche heraushängt. Ein echter Hingucker und, mit attraktiven Rabattbons versehen, die ideale Lösung für den Detailhandel.

### **Erfolgreich aufgefallen**

Das Laschenmailing erfüllte die hochgesteckten Ziele. Die Responsequote von 2,5 Prozent war für eine unadressierte Streuung erfreulich hoch und übertraf den Vorjahreswert. Zudem erzielte das Mailing einen Mehrumsatz von 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



### **Kundentreue belohnen: mit einem Kundenbindungsprogramm**

Wie erreicht man, dass bestehende Kunden immer wieder ins Geschäft kommen und einkaufen? Mit einer Kundenkarte und vielen Anreizen im Briefkasten! Der Erfolg gibt Douglas Recht.

**Kunden von Einmal- zu Wiederkäufern machen**  
Kundentreue ist nicht selbstverständlich. Meistens sind Kunden auf der Suche nach dem besten Angebot und wechseln deshalb gern und häufig den Anbieter. Die Parfümeriekette Douglas initiierte deshalb eine Kundenkarte. Ziel war, so viele Kunden wie möglich für die Kundenkarte zu gewinnen und aus Einmalkunden loyale Kunden zu machen.

### **Die Post: der ideale Partner**

Die Leistungsfähigkeit und Erfahrung der Post im Bereich Kundenbindungsprogramme überzeugte Douglas. Gemeinsam wurde ein Programm entwickelt – auf der Basis, dass Karteninhaber bei jedem Einkauf Bonuspunkte sammeln konnten. Käuferinnen und Käufer in den Douglas-Geschäften wurden beim Bezahlen gefragt, ob sie Interesse an einer Kundenkarte haben. Den Start bildete das Willkommensmailing mit einer physischen Kundenkarte und der Aussicht auf die vielen Vorteile: Bonuspunkte bei jedem Einkauf, Treuerabatte, Mailings zu aktuellen Trends und Spezialangeboten, ein Geburtstagsgeschenk sowie ein Gutschein, mit dem beim nächsten Einkauf doppelte Bonuspunkte gesammelt werden können. Als Dankeschön für die Anmeldung gab es ausserdem 50 Bonuspunkte.

### **Auf eine Karte gesetzt und gewonnen**

Douglas ist mit der Einführung und der Akzeptanz des Kundenkartenprogramms sehr zufrieden. Der Start des Programms war rasant und übertraf bis jetzt alle Erwartungen.

# Kundenmanagement (CRM)

## Ganzheitliches Management der Kundenbeziehungen

Das professionelle Management der Kundenbeziehungen stellt eine klare Ausrichtung auf den Kunden sicher. Es führt Sie näher an den Markt, erschliesst neue Absatzperspektiven und stärkt Ihre Wettbewerbsfähigkeit.



### Ausgangslage

Viele Unternehmen erkennen die Notwendigkeit eines professionellen und umfassenden Kundenmanagements. Oft fehlt es jedoch an den dazu erforderlichen fachlichen, personellen und technischen Ressourcen. Damit verpassen sie Absatzchancen und lassen Marktpotenziale brachliegen.

### Ihr Ziel

- Sie wollen wissen, welches Ihre wertvollen Kunden sind und wie sich Ihr Kundenstamm segmentieren lässt.
- Sie möchten Anhaltspunkte für die gezielte Ansprache der verschiedenen Kundensegmente gewinnen.
- Sie können sich vorstellen, mit kombinierten Angeboten Mehrumsätze zu generieren, und möchten wissen, welche Kundensegmente auf welche Angebotskombinationen ansprechen.

- Sie erkennen Cross- und Up-Selling-Potenziale und wollen sie ausschöpfen.
- Sie wollen Ihren Kundenbestand absichern und abwanderungsgefährdete Kunden rechtzeitig identifizieren.

### Unsere Lösung

Mit dem Ansatz des ganzheitlichen Kundenmanagements erhalten Sie genau die CRM-Unterstützung, die der spezifischen Situation und den individuellen Bedürfnissen Ihres Unternehmens entspricht. Je nach Bedarf nehmen Sie die Beratungsleistungen unserer CRM-Experten in Anspruch, lassen sich bei der Entwicklung einer Softwareapplikation unterstützen oder lagern das Kundenmanagement aus.

### **Leistungsangebot**

In Zusammenarbeit mit unserer Tochtergesellschaft Client Vela GmbH stellen wir eine breite Palette an Dienstleistungen und Produkten für die Optimierung oder Implementierung professioneller Kundenmanagementlösungen bereit. Diese tragen dazu bei, Ihre Marktchancen und Ihre Wettbewerbsfähigkeit markant zu steigern und den Wert Ihrer Kunden wie auch Ihres Unternehmens zu erhöhen.

### **Angebotsmodule**

#### **Beratung**

Unsere Beratungsleistungen umfassen Analyse, Strategie- und Prozessberatung sowie die Begleitung der operativen Umsetzung. Unsere Beratungsexperten orientieren sich konsequent an den individuellen Bedürfnissen Ihres Unternehmens. Ihr breiter Erfahrungshintergrund bietet Gewähr für eine hohe Effizienz und eine tiefe Verankerung in der Praxis.

#### **IT-Lösungen**

Ihre Softwarelösung zur Unterstützung des Kundenmanagements soll anpassungsfähig und ausbaubar sein. Wir antworten auf diese Anforderungen mit flexiblen und modularen Systemarchitekturen. Wir realisieren für Sie nicht nur Komponenten- oder Komplettlösungen, sondern entwickeln auch kundenspezifische Anwendungen auf der Basis modernster Microsoft®.Net-Technologie.

#### **Business Process Outsourcing**

Möchten Sie sich ganz auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren und das Kundenmanagement professionalisieren? Wir übernehmen für Sie die operativen CRM-Prozesse als Ganzes oder in Teilbereichen: mit der Betreuung von Bonusprogrammen und Kundenclubs, der Bereitstellung einer umfassenden Direct-Marketing-Plattform, mit der Umsetzung von Multi-channel-Kampagnen oder der Verwaltung Ihrer Kundendatenbank.

### **Vorteile**

- Sie kennen Ihre Kunden und deren Beziehung zu Ihrem Unternehmen und können Ihre Marketingaktivitäten gezielt und koordiniert darauf ausrichten.
- Sie bedienen Ihre Kunden zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Angeboten.
- Sie fokussieren Ihre Marktleistungen zielgenau auf aktuelle und zukünftige Kundenbedürfnisse.
- Sie gewinnen Neukunden mit Potenzial, entwickeln die Loyalität bestehender Kunden und steigern Ihre Chance, verlorene Kunden zurückzugewinnen.

### **Ihr Kontakt zu uns**

Gerne nehmen wir mit Ihnen Kontakt auf. Senden Sie uns dazu die Antwortkarte auf der letzten Seite dieser Broschüre.

# Internationales Direct Marketing

## Grenzüberschreitend werben

Erschliessen Sie Marktpotenziale im Ausland auf dem direkten Weg. Mit adressierten und unadressierten Mailings erreichen Sie Ihre Zielgruppen praktisch ohne Streuverluste und mit messbarer Wirkung.

@ Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch](http://www.post.ch) > Direct Marketing > International

📖 Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «Marketing Mail International – Erfolgreich Kunden gewinnen und binden» (Artikel Nr. 326.06)

@ Bestellen Sie die Länderübersicht für Marketing Mail Professional unter [www.post.ch/mmp-overview](http://www.post.ch/mmp-overview)

@ Gestalten Sie Ihre eigenen Postkartenmailings online unter [www.post.ch/swisspostcard](http://www.post.ch/swisspostcard)

### Ihr Ziel

Sie möchten im Ausland neue Kunden gewinnen und langfristig an sich binden und dabei Potenziale in ausländischen Märkten erschliessen und Ihren Unternehmenserfolg steigern.

### Unsere Lösung

Direct Marketing eignet sich ausgezeichnet dazu, Marktchancen in anderen Ländern zu erkunden! Die Investitionen sind kalkulierbar, das Risiko ist gering, und Sie dürfen mit wertvollem Rücklauf rechnen. Genau genommen gewinnen Sie also immer, denn mit Direct Marketing ist der Erfolg Ihrer Produkte unmittelbar messbar. Und das Resultat verrät Ihnen, wo Ihre Chancen liegen.

Die Post engagiert sich seit Langem für grenzüberschreitendes Direct Marketing. Umfangreiche Beratung und bedürfnisorientierte Zusatzleistungen runden das Versandangebot ab und lassen kaum Wünsche offen.

### Leistungsangebot für einen attraktiven Versand adressierter und unadressierter Mailings

#### Angebot bei 500 Mailings pro Einlieferung

Mit **Brief Massensendung** können Sie Mailings schon ab 500 Sendungen pro Einlieferung zu vorteilhaften Konditionen versenden. Die Sendungen können hinsichtlich Format, Inhalt und Zielland variieren und Sie können zwischen zwei Geschwindigkeiten wählen: PRIORITY und ECONOMY. Mit einem Swiss Look (schweizerischer Frankaturvermerk) profitieren Sie als Absender von Imagevorteilen und höherer Aufmerksamkeit bei Ihren Empfängern.

#### Angebot bei mehr als 10 000 Mailings pro Jahr

Wenn Sie über 10 000 Sendungen pro Jahr aufgeben, dann gewähren wir Ihnen mit **Marketing Mail PRIORITY/ECONOMY** attraktive Sonderkonditionen (z. B. Jahresumsatzrabatt, Preise nach Formaten, Preise

nach Gewichten usw.). Sie können noch mehr Porto sparen, indem Sie von den länderspezifischen Konditionen von **Marketing Mail Professional** für 29 Länder profitieren (ab 500 inhaltsgleichen Sendungen pro Land). Für ein massgeschneidertes Angebot nehmen Sie bitte mit Ihrem Kundenberater oder Ihrer Kundenberaterin Kontakt auf.

### Postkartenmailing

Gestalten Sie mit SwissPostCard Ihr Postkartenmailing online und versenden Sie es einfach, schnell und günstig ins Ausland. Ob es sich um eine Einladung zu einer Feier handelt oder um die Ankündigung neuer Produkte und Dienstleistungen, wir übernehmen zuverlässig den Druck und den Versand Ihrer Postkarten ins Ausland.

### Unaddressed Mail

Für die rasche Gewinnung neuer Adressen und Kunden im grenznahen Bereich steht Ihnen mit «Unaddressed Mail» ein effizientes und kostengünstiges Instrument zur Verfügung.

### Praxiserprobte Responselösungen

Keine Sorge, Sie müssen nicht gleich eine Niederlassung im Ausland eröffnen, damit die begehrten Feedbacks auf Ihre Aktion schnell und problemlos zu Ihnen gelangen. Die Post bietet Ihnen praxiserprobte Lösungen für den Rücklauf, von «Global Response» mit vorfrankierter internationaler PRIORITY-Antwortsendung bis zu «Combi Response» für eine Schnellantwort bei Gesamtkampagnen im In- und Ausland.



### Intelligente Zusatzleistungen

Ihre Auslandsendungen ideal auf den Zielmarkt abstimmen? Den Zeitpunkt Ihrer Mailingaktion in mehreren Ländern exakt planen? Mit unseren intelligenten Zusatzleistungen kein Problem!

@ Sie finden alles Wichtige zu **International AddressCleaning** unter [www.post.ch/addresscleaning](http://www.post.ch/addresscleaning)

### International AddressCleaning

Korrekte Adressen – und Ihre Mailings kommen garantiert besser an. International AddressCleaning gleicht Ihre Adressen mit einer weltweit einzigartigen Referenzdatenbank ab, die über 240 Länder und Territorien abdeckt.

### Hilfsmittel für effektives Direct Marketing

@ Bestellen Sie die **Direct-Marketing-Pässe** unter [www.post.ch/dm-pass](http://www.post.ch/dm-pass)

### Direct-Marketing-Pässe Europa und Osteuropa

Umfassende Informationen über die Zielmärkte und die lokalen Verhältnisse werden zu Erfolgsfaktoren für Ihr Geschäft. Wer die Bedingungen im Zielland kennt, kann dies für den erfolgreichen Mailingversand nutzen. Die handlichen Direct-Marketing-Ratgeber liefern für jeden Markt wertvolle wirtschaftliche und kulturelle Analysen.

@ Den **International HolidayCalendar** gibt es auch online unter [www.post.ch/holidaycalendar](http://www.post.ch/holidaycalendar)

### International HolidayCalendar

Das richtige Timing – und Ihr Angebot erhält die Aufmerksamkeit, die es verdient. Mit dem International HolidayCalendar sorgen wir dafür, dass Ihre potenziellen Kunden nicht in den Ferien sind, wenn Ihre Mailings zugestellt werden.

@ Beschaffen Sie internationale Adressen mit Hilfe des **International AddressGuide** unter [www.post.ch/addressguide](http://www.post.ch/addressguide)

### International AddressGuide

Mit dem AddressGuide beschaffen Sie sich zielgenaue Adressen. Auf über 270 Seiten informiert er über die Beschaffung und Pflege von Inlands- und Auslandsadressen.

@ Personalisieren und gestalten Sie Ihre Frankaturvermerke mit dem **PP-Generator** unter [www.post.ch/postagepaid](http://www.post.ch/postagepaid)

### PP-Generator

Ein origineller Hingucker auf dem Mailing – und der erste Kommunikationsschritt ist schon mit dem PP-Vermerk gemacht. Ihre Kunden fühlen sich sofort angesprochen. Mit einem originell gestalteten Frankaturvermerk erzielen Sie mehr Aufmerksamkeit beim Empfänger und erhöhen damit den Rücklauf.



### Massgeschneiderter Warenversand

Direct Marketing endet nicht mit dem Empfang von Responseelementen, sondern geht oft nahtlos in den Versand von Waren über. Bis 2 kg können diese als Brief oder Paket versandt werden. Sobald die Waren zwischen 2 und 50 kg wiegen, bietet Ihnen die Post weitere massgeschneiderte Lösungen für den B2C- und B2B-Paketversand.

Bei Fragen zu Preisen, Formaten und zur Versandvorbereitung hilft Ihnen Ihr Kundenberater oder Ihre Kundenberaterin gerne weiter.




# Preisnachlässe und Rabatte


## Preisvorteile für adressierte Briefe

Mit idealer Aufbereitung Ihrer Briefmengen unterstützen Sie die effiziente Verarbeitung. Dafür bietet die Post Rabatte, die vom Umsatz und von der Art der Aufgabe abhängen.



 Weitere Informationen finden Sie unter [www.post.ch](http://www.post.ch)

 Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre «Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden» (Artikel Nr. 202.17) sowie in der Broschüre «Vorleistungen für die Briefverarbeitung» (Artikel Nr. 202.11)

 Mehr zum Thema Frankieren finden Sie auf Seite 26

Bei einem Jahresumsatz von über CHF 100 000.00 kann Ihnen die Post unter vertraglich zu vereinbarenden Voraussetzungen individuelle Lösungen anbieten. Ihre Kundenberaterin oder Ihr Kundenberater informiert Sie gerne.

Wenn Sie Ihre Sendungen wie folgt aufgeben, können Sie von einem Rabatt profitieren:

- Als PP gekennzeichnet oder frankiert (Frankiermaschine/Wertzeichen)
- Geordnet nach Sendungsgattungen und Formatstufen
- Mit einem Aufgabeverzeichnis «Adressierte Briefe Inland» mit der Angabe der Rechnungsreferenznummer
- Am Postschalter, in einem Briefzentrum oder durch die Post abgeholt
- Mit Intelligenten Frankiersystemen (IFS) über programmierte Fixwerte frankiert und mit Datumstempel versehen

### **Vergünstigte Preise für Kunden mit Monatsrechnung**

Vergünstigte Preise werden für alle rabattberechtigten Produkte angeboten. Sie hängen von Ihrem Aufgabenverhalten und Ihrer Sendungsstruktur ab.

### **Umsatzrabatte für Kunden mit Monatsrechnung**

Rabatte werden auf den monatlich kumulierten Umsatz von adressierten Inlandsbriefen gewährt (Umsatz = Menge x Preis). Der kumulierte Umsatz wird dabei aus allen zu fakturierenden PP- und markenfrankierten Sendungsaufgaben eines Monats errechnet. Dazu kommen auch alle Sendungen, die mit Intelligenten Frankiersystemen (IFS) über die programmierten Fixwerte und mit Datumstempel versehen frankiert wurden. Der Umsatzrabatt wird jeden Monat vom Rechnungsbetrag abgezogen.

### **Rabattanspruch**

- Rabattberechtigt ist einzig der Kunde, von dem die Sendungen stammen (Absender).
- Als Absender gilt der auf den Sendungen vermerkte Absender. Der Absendervermerk auf den Sendungen muss mit den Absenderangaben (Name, Adresse, Ort) und der Rechnungsreferenznummer auf dem Aufgabeverzeichnis übereinstimmen. Bei Sendungen ohne Absenderangaben muss die Ortsangabe im Frankaturvermerk oder im Poststempel identisch sein mit den Absenderangaben und der Rechnungsreferenznummer auf dem Aufgabeverzeichnis.
- Es werden keine Konzern- und Holdingrabatte gewährt. Ausgeschlossen ist namentlich die Addition der jeweiligen Volumina von Dritten oder verschiedenen Unternehmen, Gesellschaften bzw. Filialen und Zweigniederlassungen der einzelnen Kunden.

### **Rabattberechtigte Produkte und Zusatzleistungen**

Folgende Sendungen sind rabattberechtigt:

- A-Post
- A-Post Plus
- B-Post-Einzelsendungen
- B-Post-Massensendungen
- DirectResponse Cards
- OnTime Mails
- DirectSelfmailer
- Briefe mit Zustellnachweis
- Gerichtsurkunden (GU)
- Betreuungsurkunden (BU)
- Dispomail
- Geschäftsantwortsendungen
- Briefe mit Nachnahme
- Rückschein (AR)
- Eigenhändig (RMP)
- Taxpflichtige Retouren
- Zusatzleistungen

# Stichwortverzeichnis



<b>A</b>	A-Post	6
	Adressaktualisierung	27
	Adressdaten	27
	Adressdatenpflege	27
	Adressfeld	24
	Adressierte Mailings	6–23
	Antwortkarte	13, 16
<b>B</b>	B-Post-Einzelsendungen	7
	B-Post-Massensendungen	8–9
	Briefgestaltung	24
<b>D</b>	Dienstleistung Frankieren Post	26
	DirectCalendar	41
	DirectCalendar Online	41
	DirectFactory	16, 18
	DirectFacts	40
	DirectGuide	35
	Direct Marketing	4–5
	Direct-Marketing-Beratung	42–43
	Direct-Marketing-Pass	47
	DirectNews	38
	DirectPoint	34, 37, 39
	DirectResponse Card	16–17
	DirectSelfmailer	13–15
<b>E</b>	E-Mail-Newsletter DirectPoint	39
<b>F</b>	Frankierlösungen	26

<hr/>		
<b>G</b>	Geschäftsantwortkarte	30–31
	Geschäftsantwortsendungen	30–31
	Gestalten	24
<hr/>		
<b>I</b>	Intelligente Frankiersysteme (IFS)	26
	Internationales Direct Marketing	46–47
<hr/>		
<b>K</b>	Kataloge	20, 23
	Kompetenzcenter Adressen	27, 32
	Kundenmanagement	44–45
<hr/>		
<b>M</b>	MAT[CH]	27, 32
<hr/>		
<b>N</b>	Newsletter	39
<hr/>		
<b>O</b>	Onlinekurse DirectPoint	37
	OnTime Mail	11–12
<hr/>		
<b>P</b>	Postkarten	9, 10, 16, 18, 46
	Postleitzahlenverzeichnis	23, 25
	PostPac Promo	19
	PP-Frankierung	26
	Preisnachlässe	48–49
	PromoPost	28–29
	PromoPost-Tool	29
	PubliPoste	33
<hr/>		
<b>R</b>	Rabatte	48–49
	Response	30–31
	Retourenmanagement	32
<hr/>		
<b>S</b>	Selfmailer	13–15
	Seminare	36
	Sortieren	21–22
	Sortierfile	23
	Spezialsendungen	21
	Strichcode	31
	SwissPostCard	46
<hr/>		
<b>T</b>	Taggenaue Zustellung	15, 28
<hr/>		
<b>U</b>	Umschläge	24, 31
	Unadressierte Mailings	28–29
<hr/>		
<b>V</b>	Vorleistungen	22–23
<hr/>		
<b>W</b>	WebStamp	26
	Werbemöglichkeiten	33–34, 38–39
<hr/>		



# Bestellen

## Produktinformationen



Direct Marketing: Angebote und Preise für Geschäftskunden  
[de/fr/it](#)



Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden  
[de/fr/it](#)



OnTime Mail  
[de/fr/it](#)



Vorleistungen für die Briefverarbeitung  
[de/fr/it](#)



Gute Adressen kommen an  
[de/fr/it](#)



PromoPost  
[de/fr/it](#)



Marketing Mail International  
[de/fr/it/en](#)

Marketing Mail Professional  
[de/fr/en](#)

## Know-how



DirectNews  
de/fr



E-Mail-Newsletter von DirectPoint  
de/fr/it



DirectGuide  
de/fr



DirectFacts  
de/fr



Direct-Marketing-Seminare  
de



DirectCalendar  
de/fr



International HolidayCalendar  
for Direct Marketing  
en



Direct-Marketing-Pass Europa  
de/en

Direct-Marketing-Pass Osteuropa  
de/fr/en



International AddressGuide  
de/fr/en



PLZ-Leuchtkarte Europa  
(Glow-in-the-dark postcode map Europe)  
en



**Ja**, das umfassende Angebot der Post überzeugt mich. Bitte senden Sie mir Informationen zu den unten aufgeführten Themenbereichen.

Produktinformationen	Know-how
<input type="checkbox"/> <b>Direct Marketing: Angebote und Preise für Geschäftskunden</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectNews</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
<input type="checkbox"/> <b>Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>E-Mail-Newsletter von DirectPoint</b> (bitte E-Mail angeben) <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it
<input type="checkbox"/> <b>OnTime Mail</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectGuide</b> (CHF 29.00 + Versandkosten CHF 5.00) <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
<input type="checkbox"/> <b>Vorleistungen für die Briefverarbeitung</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectFacts</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
<input type="checkbox"/> <b>Gute Adressen kommen an</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Seminare</b> <input type="checkbox"/> de
<input type="checkbox"/> <b>PromoPost</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectCalendar</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Beratung</b> (bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf) <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
	<b>Internationales Direct Marketing</b>
	<input type="checkbox"/> <b>International HolidayCalendar</b> <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Pass Europa</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Pass Osteuropa</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>International AddressGuide</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Marketing Mail International</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Marketing Mail Professional</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>PLZ-Leuchtkarte Europa</b> <input type="checkbox"/> en
<b>Bitte Gewünschtes ankreuzen, Adressangaben eintragen und zurücksenden</b>	

Firma	Postfach
Name	PLZ/Ort
Vorname	Telefon Geschäft
Funktion	E-Mail
Strasse/Nr.	Datum, Unterschrift

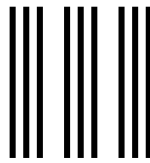
2012-D-Direct Marketing: Angebote und Preise für Geschäftskunden

**Ja**, das umfassende Angebot der Post überzeugt mich. Bitte senden Sie mir Informationen zu den unten aufgeführten Themenbereichen.

Produktinformationen	Know-how
<input type="checkbox"/> <b>Direct Marketing: Angebote und Preise für Geschäftskunden</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectNews</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
<input type="checkbox"/> <b>Briefe: Angebote und Preise für Geschäftskunden</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>E-Mail-Newsletter von DirectPoint</b> (bitte E-Mail angeben) <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it
<input type="checkbox"/> <b>OnTime Mail</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectGuide</b> (CHF 29.00 + Versandkosten CHF 5.00) <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
<input type="checkbox"/> <b>Vorleistungen für die Briefverarbeitung</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectFacts</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
<input type="checkbox"/> <b>Gute Adressen kommen an</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Seminare</b> <input type="checkbox"/> de
<input type="checkbox"/> <b>PromoPost</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it	<input type="checkbox"/> <b>DirectCalendar</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Beratung</b> (bitte nehmen Sie mit mir Kontakt auf) <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr
	<b>Internationales Direct Marketing</b>
	<input type="checkbox"/> <b>International HolidayCalendar</b> <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Pass Europa</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Direct-Marketing-Pass Osteuropa</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>International AddressGuide</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Marketing Mail International</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> it <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>Marketing Mail Professional</b> <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> fr <input type="checkbox"/> en
	<input type="checkbox"/> <b>PLZ-Leuchtkarte Europa</b> <input type="checkbox"/> en
<b>Bitte Gewünschtes ankreuzen, Adressangaben eintragen und zurücksenden</b>	

Firma	Postfach
Name	PLZ/Ort
Vorname	Telefon Geschäft
Funktion	E-Mail
Strasse/Nr.	Datum, Unterschrift

2012-D-Direct Marketing: Angebote und Preise für Geschäftskunden

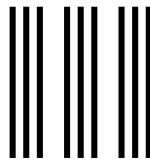


Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888

[www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)  
[directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Servicecenter Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
Postfach  
3030 Bern



Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888

[www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)  
[directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Servicecenter Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
Postfach  
3030 Bern

Briefe

Logistik

Direct Marketing

Printmedien

Dokumenten- und Dialoglösungen

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888

[www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)  
[directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)

**DIE POST** 