

Projekt «Signum PostMail»

Vom Kunden zum Kunden



PostMail

DIE POST 

Projekt «Signum PostMail»

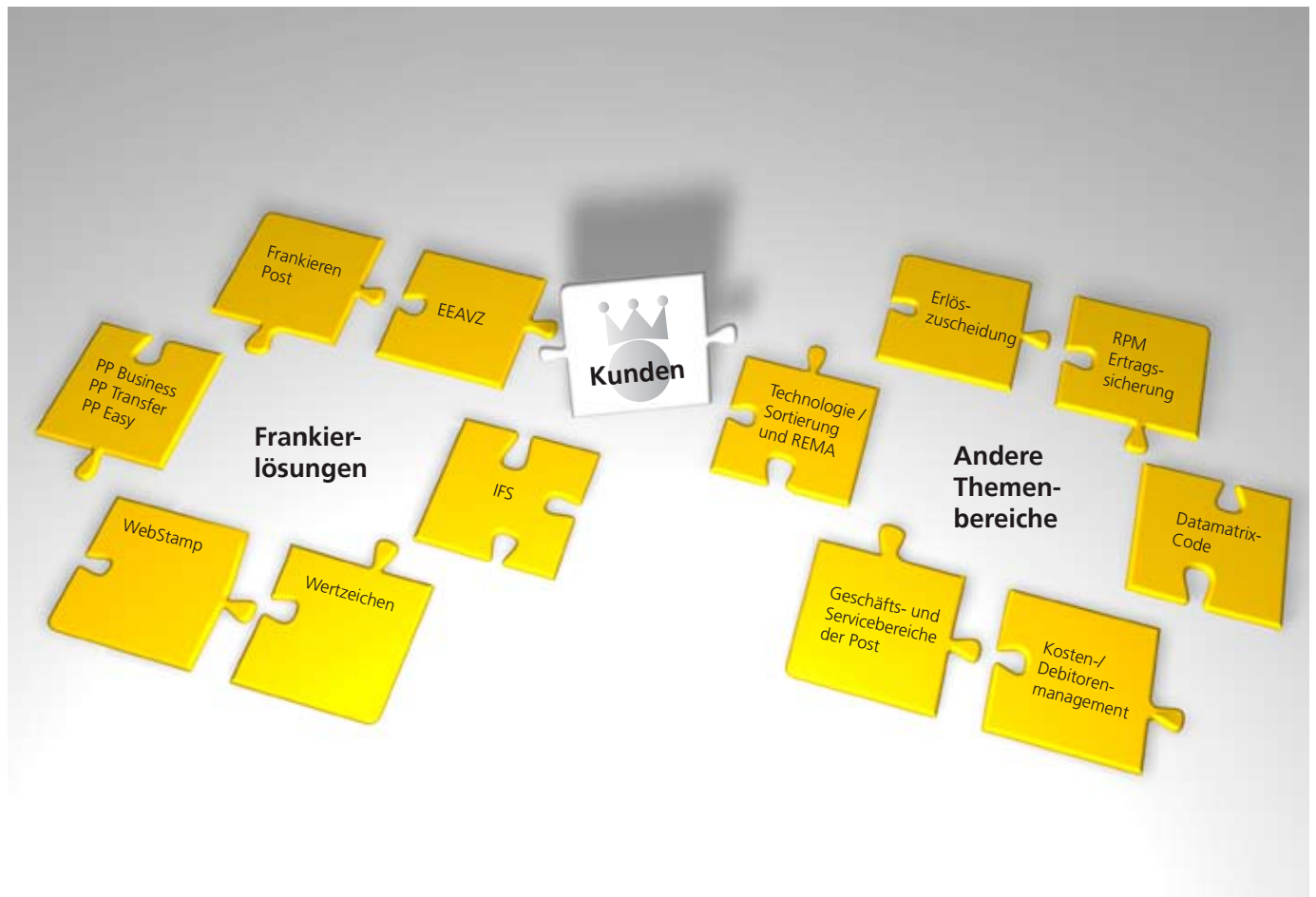
Prozesse verbessern, Kosten optimieren

Erstes Ziel des Strategieprojektes „Signum PostMail“ ist es, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung im Bereich des Frankierens signifikant zu steigern.

Im Frühjahr 2006 hat der Konzern Post entschieden, die Verantwortung für die Erarbeitung der Frankierstrategie in die Geschäftsbereiche zu übergeben. Daraufhin hat PostMail umgehend das Strategieprojekt «Signum PostMail» initialisiert und gleichzeitig die Projektzielsetzungen neu definiert. Leitgedanke des Projektes ist es, die bestehenden Frankierlösungen einer Analyse zu unterziehen. Deren Resultate werden eine nachhaltige Strategie für die kommenden Jahre ermöglichen.

Nachhaltige Verbesserung

Die Abwicklungsprozesse von PostMail müssen optimiert werden. Dies geschieht sowohl im Einklang mit der Konzernstrategie und der Strategie von PostMail, als auch mit den Vorgaben des Postregulators. Dabei stehen die Segmente «Frankieren» und «Revenue-Protection-Management» (RPM) klar im Zentrum. Neben einer intensiven Steigerung der Kundenbindung sollen dabei die Ertragssicherung und die Erlözzuscheidung für PostMail nachhaltig gesichert werden. «Signum PostMail» wird eine Strategie vorgeben, mittels der bereits bestehende Prozesse wirkungsvoll verbessert und gleichzeitig die Kosten optimiert



Im Zentrum des Strategieprojektes steht der Kunde

Die Analyse zeigte auf, wo in der nahen und mittleren Zukunft Potenzial für PostMail vorhanden ist, um die kommenden Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Dabei liegt das Hauptaugenmerk unter anderem in den Bereichen Kunden- und Marktorientierung, der Technologie, der konzeptionellen- und organisatorischen Ausrichtung sowie der Nutzung von Synergien.

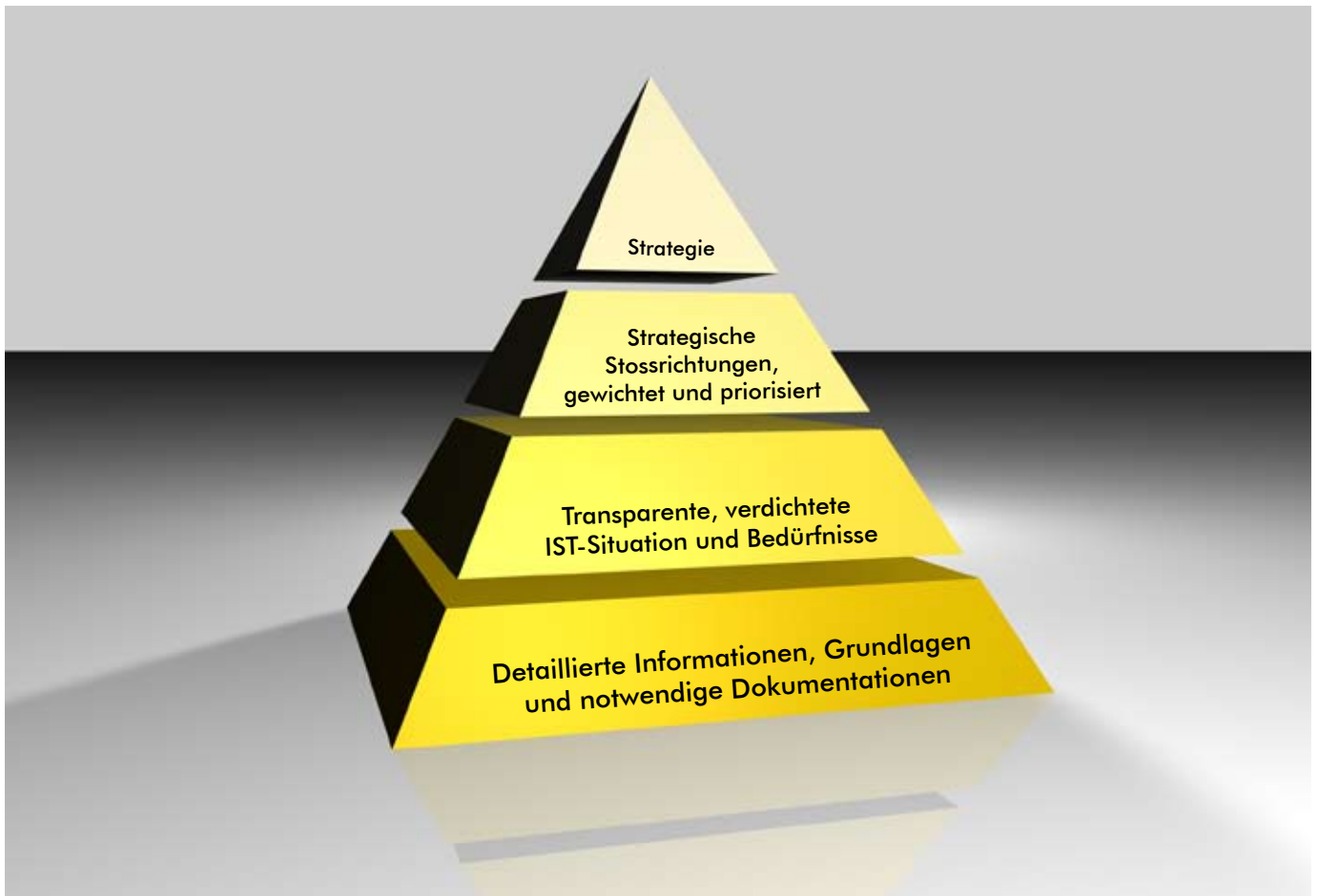
werden können. Im Zentrum der Strategie stehen kurz-, mittel- und langfristige Lösungen in den Bereichen «Frankieren» und «Revenue-Protection-Management», welche Schritt für Schritt in Folgeaufträgen und Projekten kontinuierlich erarbeitet und umgesetzt werden.

Intensive Abklärungen

Präzise Recherchen, intensive Gespräche mit Kunden über deren Wünsche und Erwartungen, umfassender Erfahrungsaustausch mit ausländischen Postorganen zu den Schwerpunkten «Frankieren» und «Ertragsicherung» fanden in den letzten Monaten statt. Aufgrund der Erkenntnisse, die diese Gespräche und Abklärungen ergaben, wurde eine umfassende Situationsanalyse erstellt. Aufbauend auf diese Analyse wurden dann die Problemkreise exakt definiert. Daraus werden nun innovative Lösungsansätze sowie die Stossrichtung und die daraus resultierenden Umsetzungsmassnahmen erarbeitet.

Fazit:

Die sorgfältigen Auswertungen aller gewonnenen Ergebnisse werden in die Strategie «Signum PostMail» einfließen. Im ersten Quartal des nächsten Jahres ist dann mit konkreten Resultaten zu rechnen. Die Umsetzung der aus der Strategie definierten Massnahmen nach Abschluss des Projektes «Signum PostMail», erfolgt schrittweise ab Frühjahr 2007.



Die Umsetzung der Strategie "Signum PostMail" erfolgt schrittweise ab dem Frühjahr 2007

Kunde im Zentrum

Der Kunde steht klar im Zentrum des Projektes. Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sind nämlich die Hauptfaktoren, wenn es darum geht, das Marktpotential von PostMail stetig auszubauen und die Erträge für die Zukunft zu sichern: Mit hochstehenden und kundenfokussierten Frankier- und Fakturierlösungen sollen nun – auf einem liberalisierten und deshalb hart umkämpften Markt – neue Wege gegangen werden.

Die Leitung des wichtigen und komplexen Strategieprojektes liegt bei Kilian Zehner, PM 82. Das Projektteam rekrutiert sich aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aller betroffenen Bereiche von PostMail mit Einbezug von SPIMAG.

Weitere Auskünfte erhalten Sie unter:

Die Schweizerische Post
PostMail
Kilian Zehner
Projektleiter «Signum», PM82
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon +41(0)31 338 12 27
E-Mail kilian.zehner@post.ch

PostMail
DIE POST 