



ISPS-LÖSUNGEN
zum Thema
Mobile Payment.

Swiss Post Solutions: innovative Marke in der hybriden Welt

Jede große Marke hat ihr eigenes Gesicht. Das gilt ganz besonders für Postunternehmen, die über Jahrzehnte als Synonym für Brief- und Logistikdienstleistungen standen. Dieses fest verankerte Bild aufzubrechen und ein neues, innovatives Markenbild zu etablieren, ist eine Herausforderung. Insbesondere für Unternehmen wie Swiss Post Solutions (SPS) Deutschland, die gerade den Transformationsprozess vom Tochterunternehmen eines Postkonzerns zum Lösungsanbieter in der hybriden Welt vollziehen.

Physische und digitale Welten verschmelzen immer mehr miteinander. Bereits heute prägen innovative Hybridlösungen das Geschäft von SPS in Deutschland. Der Mutterkonzern, die Schweizerische Post, gehört mit ihren hybriden und digitalen Produkten und Dienstleistungen zu den innovativsten Postunternehmen der Welt. Nach einer Studie der Weltpostorganisation darf sich die Schweizerische Post sogar als das Postunternehmen mit den weltweit am weitesten entwickelten E-Post-Services bezeichnen. Hier belegte die Schweizerische Post gemäß dem Ranking der Weltpostorganisation Platz eins.

Hohe Innovationskraft zeichnet Marke aus

Ein konkretes Beispiel für die hohe Innovationskraft ist die zertifizierte Secure-Mail-Lösung IncaMail. Mit IncaMail lassen sich sensible und vertrauliche Nachrichten sicher verschlüsseln und besonders einfach über die bestehende E-Mail-Adresse versenden. Nicht nur die einfache Handhabung, sondern auch der internationale Einsatz sind Vorteile von IncaMail mit der Unternehmen weltweit kommunizieren können. Mit der Weiterentwicklung ePostSelect hat SPS zudem eine neue Hybridlösung konzipiert, die den Versand von persönlichen Informa-

tionen wie beispielsweise Lohn- und Gehaltsabrechnungen wahlweise per Brief oder sicherer per E-Mail ermöglicht. Unternehmen übertragen dazu ihre Daten direkt an das Document Output Center. Hier stellt SPS dann die Weichen für den digitalen und physischen Versand und managt den gesamten Prozess. Diese Beispiele zeigen, mit welchen Ideen, Konzepten und Produkten SPS den Transformationsprozess in die digitale und hybride Welt managt. Die wichtigste Voraussetzung für ein „neues, innovatives“ Markenbild ist also gegeben: die Innovationskraft des Unternehmens. Doch reicht das alleine aus, um eine Marke mit den gewünschten Attributen zu positionieren und im Markt zu etablieren?

SPS Den Namen Swiss Post als Chance nutzen

Eine Hürde und Chance zugleich ist der Name Swiss Post Solutions. Einerseits steht er für die starke Marke Swiss Post mit ihrem hervorragenden Image und Swissness. Andererseits impliziert er ein Postunternehmen, das mit dem ursprünglichen Kerngeschäft Brief und Paket assoziiert wird. Die Lösung kann daher nur ein intelligenter Kompromiss sein, der das Image der Marke Swiss Post nutzt und gleichzeitig die Inno-



INDIVIDUELLE BERATUNG zählt beim Business-Prozess Outsourcing.



DR. WALTER GERDES,
Chief Executive Officer von Swiss Post Solutions (SPS) Deutschland sowie Mitglied der SPS Konzerngeschäftsführung mit Sitz in Zürich.

vationskraft der „neuen“ Marke SPS transportiert. So tritt Swiss Post Solutions unter der Wortbildmarke SPS „a Swiss Post company“ im Markt auf.

Die Farbe Gelb und der Claim „a Swiss Post Company“ schaffen eine eigene Markenidentität ohne die Wurzeln zu verschweigen. Ganz im Gegenteil: Der Bezug zur Schweizerischen Post mit ihrer hohen Innovationskraft schafft Akzeptanz und sorgt für das Entree in neuen Märkten. Mit dem souveränen Auftritt wird sich SPS weiter als Lösungsanbieter für das Outsourcing von physischen und digitalen bzw. hybriden Businessprozessen etablieren.

Business-Prozess Outsourcing – Lösungen für die Zukunft

Beim Business-Prozess Outsourcing (BPO) und der Produktentwicklung zählt SPS in vielen Bereichen bereits heute zu den innovativsten Unternehmen in Deutschland. Beispielsweise bei BPO-Lösungen im Customer Contact und Loyalty Management sowie bei der Entwicklung von Mobile-Payment-Lösungen. So setzt SPS bereits heute elektronische Bezahlssysteme per Near Field Communication (NFC) wie das iCaisse in Kooperation mit Banken und Kreditkartenunternehmen ein.

Mit der bereits vor Jahren eingeführten Swiss Post Box ist SPS ebenfalls Vorreiter bei sogenannten Reverse-Hybridlösungen. Per Swiss Post Box kann man weltweit über Smartphone oder via Internet direkt auf seine Briefe zugreifen. Dazu werden die Dokumente von SPS im Scan-Center digitalisiert und sind anschließend jederzeit online abrufbar.

Diese Innovationskraft vor allem im B-to-B-Bereich bei den Zielgruppen zu verankern, ist Aufgabe des neuen Brands. Dabei gilt es, authentisch zu bleiben und den Bezug zur Post zu wahren und gleichzeitig die Positionierung als innovatives Unternehmen weiter zu forcieren.

von Dr. Walter Gerdes

Fotos: SPS