

Briefversand:

Ein Preis- & Qualitätsvergleich zahlt sich trotz der neuen Preise der Deutschen Post AG noch aus!

Auf die Höchststrabatte der Post, können noch bis zu 20 % im alternativen Markt gespart werden.

Geht der Plan der Post auf, das absolute Monopol im Briefmarkt zurück zu gewinnen?

Die Streichung ihrer Mehrwertsteuerbefreiung wird für die Deutsche Post AG ein teures Vergnügen, wenn durch hohe Zusatzrabatte für Geschäftskunden zunächst Preisanhebungen vermieden werden sollen. Auch wenn die Verluste durch die neue Rabattierung im 3-stelligen Millionenbereich liegen werden, wird die Rechnung am Ende der Verbraucher bezahlen. Kurzfristig durch Veränderungen der Qualität sowie mittel und langfristig durch massive Preiserhöhungen.

➤ Schon werden erste Stimmen laut, die befürchten, dass es zwangsläufig zu erheblichen Einsparungen bei Personal und Service kommen wird – wir denken nur mal an das Sparprogramm des letztjährigen Sommers: In Briefzentren wurden Wochenendschichten gestrichen, an den Montagen wurden Zustellbezirke zusammengelegt, manche Postboten mussten im Nachbarbezirk mit ausliefern, andere wurden in die Freizeit geschickt...

Die Nutzung einer „Mehrlieferantenstrategie“ stellt jetzt und zukünftig optimale Preise und Qualität sicher.

Qualität und Zuverlässigkeit

des Briefversands sind im Hinblick auf Kundenzufriedenheit für ein Unternehmen von größter Bedeutung und damit auch direkt für den Erfolg des Unternehmens.

Neben der bestmöglichen Wahl der Zustellung hängt der Erfolg der Briefkommunikation darüber hinaus von vielen Faktoren ab: Fristgerechte (Druck)Fertigung, die pünktliche Auslieferung und Zustellung sowie eine effiziente Nachbereitung der Rückläufer und Reklamationen.

Durch mangelnde Qualität und Zuverlässigkeit in diesen Bereichen, kann das

Vertrauen der Kunden für die gesamte Dienstleistung verloren gehen.

Gefragt sind an dieser Stelle Erfahrung und Kompetenz sowie der Einsatz einer „besonderen Logistik“, der zu einem erheblichen Mehrwert führt:

So verfügt die Mail to Print Innovative Briefdistribution GmbH über ein Anwendertool („APM“ - Alternative Porto Modul“), das den Nutzer in die Lage versetzt, zur Zeit aller am Markt bekannten alternativen Anforderungen gerecht zu werden. Mit „APM“ ist eine „Mehrlieferantensteuerung“ (Multi-Vendor-Strategie) möglich, ohne die jeweils einzelnen Anforderungen der Postdienstleister am System vorhalten zu müssen.

Durch Mail to Print ist der Versender in der Lage, aufgrund seiner Produktionsprozesse jeden direkten Zustellpartner anzusteuern. Hierdurch kann der tatsächliche Preis einer Zustellung vor Ort explizit eruiert werden!

Mail to Print unterstützt den Versender, den/die leistungsstärksten und attraktivsten Zustellpartner zu ermitteln, aufgrund der mehrjährigen Erfahrung mit mehr als 540 Mio. koordinierter und kontrollierter beförderter Sendungen über alle etablierten alternativen Zustellunternehmen.

Best-Price & Best-Practice

Das „APM“ ermöglicht eine gewichts- und produktabhängige Steuerung auf bestimmte Postdienstleister.

- Prüfung der einzelnen Sendungen auf gültige Postleitzahlen.
- Wahlmöglichkeiten einer „Mehrlieferantenstrategie“ bei der Postzustellung (DPAG / alternative Zustell-dienstleister).
- Elektronische Bearbeitung und Information der Postrückläufer (Redressen).
- Ermittlung aller Daten über den gesamten Produktionsprozess (Blatt, Seite, Kuvert...)
- Aufbringen eigener und kundenspezifischer Tracking-Daten im Datamatrix-Code.
- Versandsteuerung durch „intelligente PLZ-Liste“ (Beste Zustelloption).

Information und Beratung über:



Stadionring 16
40878 Ratingen

Tel.: 02102 - 55 66 100
Fax: 02102 - 55 66 199

Mail: info@mailtoprint.de
www.mailtoprint.de