

Die Post hat auch für kritische Kunden eine süsse Antwort parat.

In einer neuen Online-Kampagne von Jung von Matt beweist die Post, wie flexibel sie bei der Paketzustellung ist.

Medienmitteilung, 13. September 2016

Viele Kunden der Post beklagen sich auf Social Media, dass Pakete empfangen heutzutage mühsam sei, weil die Pakete oft dann geliefert werden, wenn die Menschen nicht zu Hause sind. Dabei gibt es so viele Dienstleistungen der Post, die dieses Problem lösen: Man kann sein Paket beim Nachbarn deponieren, zu einem 24 Stunden-Automaten oder einer PickPost-Stelle auf dem Arbeitsweg schicken lassen.

Solche kritischen Social-Media-Posts greift die Post in ihrem neuen Online-Film auf und überrascht die Absender, indem sie die Antwort auf die Kommentare via eine dieser Dienstleistungen zustellt. Und das in Form eines in liebevoller Handarbeit gestalteten Lebkuchens.

So lernt der Kritiker nicht nur, dass es eine Lösung für sein Problem gibt, sondern auch, dass sich die Post um ihre Kunden kümmert.

Wer auch einen Lebkuchen per Post an den Ort seiner Wahl geschickt bekommen möchte, kann sich auf der eigens für die Kampagne kreierten Microsite für die praktischen Paketdienste der Post anmelden. Man muss aber schnell sein: Die Anzahl personalisierter Lebkuchen ist begrenzt.

Verantwortlich bei PostLogistics

Ruth Mathias (Leiterin Kommunikation), Martin Gonzenbach (Leiter Marketing-Kommunikation), Christian Suter (Projektleitung)

Verantwortlich bei Jung von Matt

Rob Hartmann, Marco Zimmerli (Creative Direction); Johannes Dörig (Art Direction), Samuel Wicki, Ennio Cadau (Text); Kurt Bösiger (Junior Art Director), Marco Dettling, Monika Arnold, Philipp Siegenthaler (Beratung); Stefan Näf, Romana Weber (Strategie); Ursula Christen (Development), Ralf Brändli (Technologie), Sarida Bossoni (Art Buying)

Externe Partner

Filmproduktion: Who's McQueen, Zürich

Regie: Jonty Toosey