



PostPunten **een volwaardige postale dienstverlening**

**Koen Van Gerven,
Directeur Retail & Financial Services
Lid van het directiecomité**

Vilvoorde, 22 februari 2007





Kernboodschappen

- Het PostPunt maakt de Post **aantrekkelijker** voor bestaande en nieuwe klanten, door
 - Betere bereikbaarheid
 - Ruimere beschikbaarheid
 - Positieve bijdrage tot het Post imago
- Het PostPunt is een concept dat gedragen wordt door:
 - Het **sterke “Post”-merk** dat vertrouwen en degelijkheid uitstraalt
 - Een **“win-win” samenwerking** voor Partners en de Post met
 - een stroom van bijkomende klanten voor de Partner.
 - het nastreven van haar strategische doelstellingen voor de Post.
 - Een goed **onderbouwd selectie model**
 - met objectieve garanties in de keuze en opvolging van de Partners.
 - met continuïteit van dienstverlening en kwaliteit als prioriteit
 - Een **doorgedreven kwaliteitszorg** via opleiding en continue opvolging
 - Een **uitgebreide communicatie** die de Postklanten de weg wijst binnen het multikanaal netwerk van de Post

- **Stand van zaken:** op schema

- **Nu:** 304 lokale markten **aangekondigd**
248 PostPunten **toegewezen**
138 PostPunten **geopend**
330 PostPunten **eind 2007**



**PostPunten:
Een essentiële schakel binnen het
multikanaal netwerk**





Klantengedrag verandert....

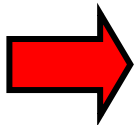
- **60% van de bevolking heeft 3 postkantoren in een straal van 5 km**
 - Meer dan 70% van de klanten is tevreden over de huidige “nabijheid” van het netwerk
- **50% van de bevolking bezoekt minder dan 1x per maand een postkantoor**
- **2% van de klanten integreert bezoek aan postkantoor in zijn “shopping trip”;**
 - voor 98% van de klanten blijft het postkantoor een “specifieke bestemming”
- **In 2006 zijn er meer dan 43 mio Klantencontacten geweest in het Postkantoor**
- **Groeiend belang van beschikbaarheid in klantenverwachting**
- **Groeiend gebruik van “alternatieve” kanalen**
 - E-shop (700.000 Bezoekers in 2006)
 - Call Center (tussen 1.000 en 1.400 calls gemiddeld per week)
 - BPO – Banking (> 100.000 actieve gebruikers)

- **Het fysieke kantoor blijft veruit het belangrijkste contactpunt voor postale diensten**
- **Het huidige netwerk is erg gericht op nabijheid**
- **One stop shop concept bestaat nauwelijks voor postale diensten**
- **Beschikbaarheid wint aan belang versus nabijheid**



....de Postale distributie ook

- **Een belangrijk netwerk behouden voor particulieren en kleine ondernemingen.**
 - Het kantoor blijft de hoeksteen voor de postale distributie-mix
- **De klanttevredenheid verhogen.**
 - met goede kwaliteit van dienstverlening met oog voor vb. wachtrijen,
 - Juiste invulling van “nabijheid” en “beschikbaarheid” voor onze klanten.
- **De openbare dienstverlening blijven verzekeren.**
 - een centrale plaats behouden voor De Post in de lokale gemeenschappen.
- **De economische en financiële leefbaarheid waarborgen.**



Nood om beter in te spelen op het veranderde shoppinggedrag en verwachtingspatroon van klanten door het aanpassen van de bereikbaarheid en de beschikbaarheid van de postale producten en diensten



Het PostPunt binnen een “multi-kanaal” aanpak

- Postkantoren
- De Postbode
- **PostPunten**
- E-Shop
- Postzegels verkoop
 - op 4000 plaatsen
- Call Center
 - 022 – 012345
- www.post.be



Nabijheid verbeteren:

1300 verkooppunten nu en in de komende jaren
Op plaatsen waar de klant reeds shopt

Beschikbaarheid verhogen:

Totaal aantal openingsuren verhogen: +20%

Economische leefbaarheid verzekeren

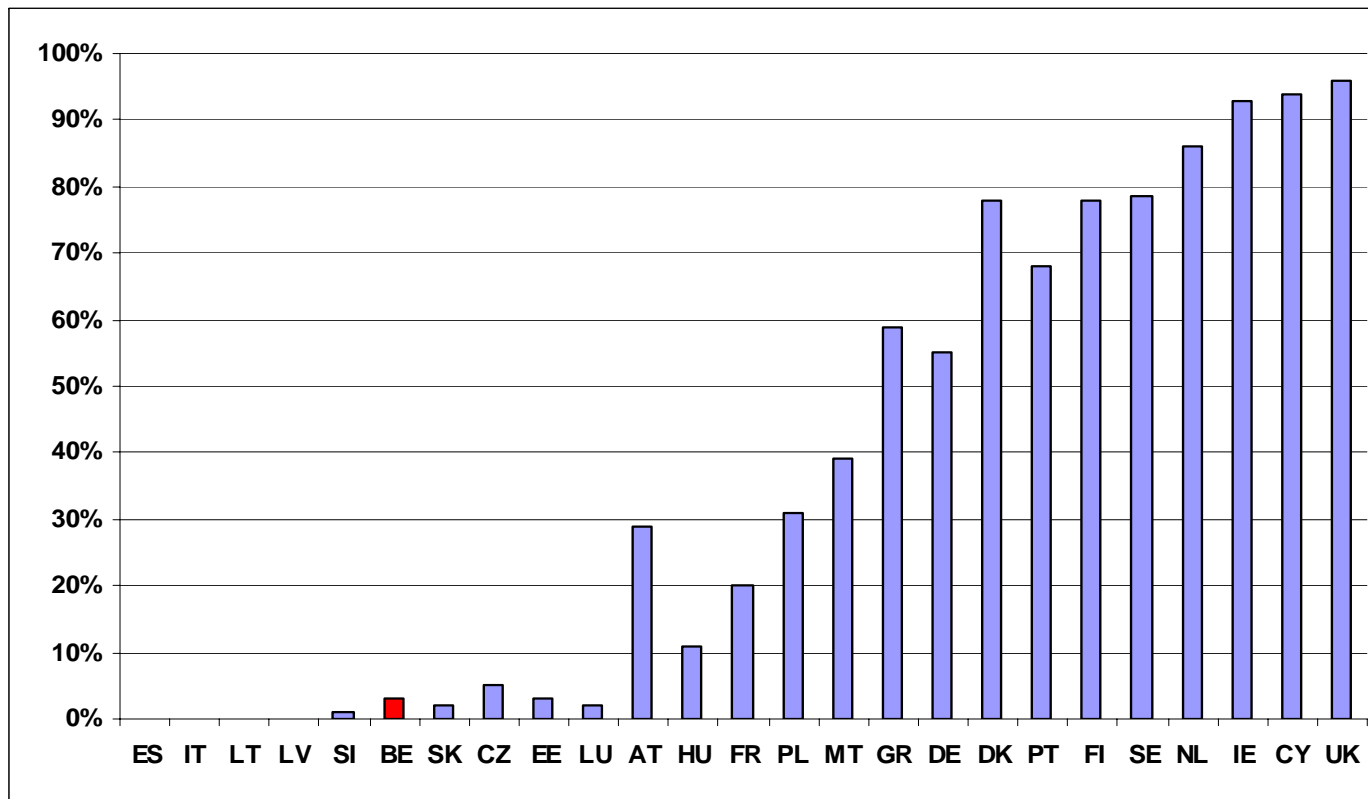
Variabiliseren van kosten

Oplossing verankerd in Beheerscontract met de Staat



De Post volgt een algemene tendens binnen Europa

Aandeel van PostPunten in de postale aanwezigheid - 2006





Het concept PostPunt, en de reacties van de klanten

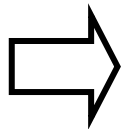




Producten & Diensten

Producten en Dienstenaanbod - Openbare dienst

- Verkoop postzegels en kilopostzegels
- Advies frankering
- In ontvangst nemen en uitreiken van aangetekende zendingen
- In ontvangst nemen en uitreiken van pakjes
- Stortingen < 300 €
- Prijzen van de Producten en Diensten zijn in het Postkantoor en PostPunt identiek
- **PostPunten geven toegang tot 90% van de activiteiten rond postale producten & diensten, opgenomen in het beheerscontract**



“... al die verrichtingen die je er kan doen zijn de dagdagelijkse verrichtingen voor de gewone man...meer moet je niet hebben...”



Hoe reageren de klanten ?

- **Reeds meer dan een half miljoen klantencontacten (530.000)**
 - De nationale bekendheid van het concept PostPunten is gestegen tot 75%,
 - Eind 2006 hadden 8% van alle Belgen reeds een PostPunt gebruikt
- **De introductie van PostPunten** leidt tot structurele verhoging van de algemene klantentevredenheid, en zeer positief effect op imago van De Post : >80% van de klanten is tevreden.
 - ***Meest positieve reacties:***
 - bij jongeren en/of beroepsactieven (i.e. autonoom en zelfstandig, minder gevoel van ‘afhankelijkheid’)
 - bij mensen die momenteel minder frequent Postkantoren of Postagentschappen bezoeken en/of die minder emotionele betrokkenheid (afhankelijkheid) vertonen t.a.v De Post en Postkantoren
- **10% van de klanten van de PostPunten zouden hun “postale bewerking” niet gedaan hebben, mocht ze niet bereikbaar zijn geweest via een PostPunt**
- **Van hen die reeds over een PostPunt in hun omgeving beschikken, en het kennen, gebruikt 45% het reeds regelmatig**
- **80% van de niet-klanten staat open om het PostPunt te gebruiken in de toekomst, als ze postale producten nodig hebben.**



De perceptie van het PostPunt door de consument is positief

Peiling bij klanten naar de aanvaarding van de PP in oktober 2006

Aantal inwoners dat het PP al heeft gebruikt

45 %

Aantal inwoners dat het PP kent

75 %

Aantal inwoners dat zegt het PP te gaan gebruiken

80 %

Peiling bij klanten naar de perceptie van het postkantoor vs het PostPunt in oktober 2006

Het PostPunt is complementair met het postkantoor

70 %

Peiling bij klanten naar het IMAGO van De Post in oktober 2006

In 2 jaar positieve groei

+
70 %

2006

-

2004



Aandachtspunten voor De Post

- PostPunten worden **gepercipiëerd** als ‘modern’, ‘open’, ‘aangenaam’, ‘praktisch’ ... maar hun **Legitimiteit** (“dit is echt van De Post”) moet verder versterkt worden
 - Sommige klanten van Postkantoren zoeken expliciete bevestiging dat een PostPunt een ‘**volwaardig**’ **alternatief** is voor het klassieke postkantoor of postagentschap.
- Belang van de **opleiding** van de PostPunt medewerkers door Post Academy, gevolgd door een test.
- Klanten zoeken **duidelijkheid** over de nieuwe configuratie van het netwerk van postale servicepunten



Het selectieproces van een PostPunt partner:

- Volgens principes van openbare aanbesteding**
 - Transparant en Objectief**





Nationale oproep van kandidaturen (11/2005)

Resultaten :

advertentie

Oproep tot kandidatuur voor PostPunten.



In het kader van haar wettelijke verplichtingen ingevolge de wet van 24 december 1993 betreffende de overheidsopdrachten en opdrachten voor aanneming van werken, leveringen en diensten, heeft De Post, in het Bulletin der aanbestedingen dd 4 november 2005, twee oproepen tot kandidaatstelling gepubliceerd in haar zoektocht naar partners voor de uitbouw van haar netwerk van PostPunten. De Post is op zoek naar enerzijds partners met geïntegreerde verkooppunten en anderzijds niet-geïntegreerde partners.

De PostPunten bieden aan het cliënteel basis-postale producten en diensten aan en worden door de partner geëxploiteerd met z'n eigen personeel en in zijn eigen verkooppunten. Dit concept is in de meeste Europese landen sinds jaren ingeburgerd en wordt sinds een jaar met succes in België getest.

De Post wenst hiervoor samen te werken met geïntegreerde en niet-geïntegreerde partijen die deze activiteit kunnen verenigen met hun hoofdactiviteit. Typisch verenigbare activiteiten zijn loketdiensten zoals stedelijke & gemeentelijke loketten, loketten in stations, kleinhandel, super- en hypermarkten in voedings & genotsmiddelen, kleinhandel in boeken, kranten, tijdschriften en kantoorbehoeften, shops verbonden aan benzinstations, banken met een kantorennetwerk, etc ...

De Post wenst met de geïntegreerde kandidaten te onderhandelen met het oog op het afsluiten van een kadercontract dat toepasbaar zal zijn op alle verkooppunten die De Post aan

De partner toewijst. Bij de toewijzing van een PostPunt zal De Post eerst overleggen met de houders van een kaderakkoord alvorens niet-geïntegreerde partijen te consulteren. De Post behoudt zich uitdrukkelijk het recht voor om een kaderovereenkomst af te sluiten met meerdere partners.

De Post wenst tevens met niet-geïntegreerde kandidaten te onderhandelen. Geïnteresseerde partijen worden nationaal opgeroepen zich kandidaat te stellen. De kandidaten die beantwoorden aan de selectiecriteria worden opgenomen op een globale lijst en zullen daarna per geografisch gebied gerangschikt worden volgens toewijzingscriteria die volgens de specificiteit van dit gebied bepaald worden. De lijst wordt geraadpleegd wanneer de PostPunten niet via de kaderovereenkomsten die met de geïntegreerde partners werden afgesloten kunnen worden opgevuld.

De Post verwacht zich in 2006 voornamelijk te concentreren op de markten in de provincies Antwerpen, Vlaams- en Waals Brabant en Namen maar wil niet uitsluiten dat lokale markten in andere provincies eveneens uitgerold zullen worden, noch engageert het zich deze provincies volledig af te ronden.

De Post wijst geïnteresseerde handelaren op de mogelijkheid tot het aanvragen van een meer uitgebreide applicatiebrochure, met applicatieformulier, met aanduiding of zij zich als geïntegreerde of niet-geïntegreerde partij willen kandidaat stellen.

**Alle info op: www.post.be/postpunt • tel: 0800/700.800
PostPunt Selectiedienst, Muntcentrum, 1000 Brussel**

- 6 Kadercontracten → 930 mogelijke Locaties
 - Delhaize SM
 - Carrefour & Super GB
 - Cora
 - NMBS/SNCB
 - Press Shop (zelfstandigen)
 - Fortis (zelfstandige agenten)
- Niet-geïntegreerden: kandidaturen tot 15/02
 - 1700 informatie-aanvragen
 - 1050 kandidaturen
 - Verspreid over België (62% Vlaanderen – 38 % Wallonië)



Van Kandidaat PostPunt tot “toegewezen” Kandidaat

1. **Aankondigen** van de lokale markt via e-mail, brief, website
2. **Bevriezen** van de lokale Markt (= einddatum voor indienen van kandidaturen)
3. **Analyse van de kandidaten**
 - **Selectie-criteria** (Selectie op sector & financiële gezondheid)
 - **Toewijzingscriteria** (Score op criteria)
 - Openingsuren, parking, organisatie winkelpunt (aantal Klanten, klasa, M², aantal medewerkers), toegankelijkheid voor mindervaliden, kwaliteitsperceptie vanuit klantenstandpunt, signing potential (buiten); Look & Feel (binnen)
4. **Onderhandelingen – Evaluatie-criteria**
5. **Voorstel van finale kandidaat**
6. **Gunningscommissie:** Voor iedere lokale markt wordt een gemotiveerde beslissing genomen voor de gunning van een PostPunt.
7. **De “Gegunde Kandidaat” krijgt een voorstel van contract.**
8. **Finale onderhandelingen, en overeenkomst**



Stand van zaken “aangekondigde markten”

- De 304 reeds aangekondigde lokale markten(sinds Mei 2006) – bereiken **25%** van de bevolking

Aankondigde markten	
Provincie	Totaal
Antwerpen	62
Brabant wallon	9
Brussel Hoofdstad	7
Hainaut	41
Liège	35
Limburg	25
Luxembourg	13
Namur	33
Oost-Vlaanderen	29
Vlaams-Brabant	27
West-Vlaanderen	23
Total	304

Opvolging & Status
www.post.be/postpunten

Vlaanderen : 166 = 55%
Wallonië : 131 = 43 %
Brussel : 7 = 2%



Stand van zaken “toegewezen” Kandidaten

- In de 304 aangekondigde markten, werden meer dan 600 kandidaten actief benaderd,
- er werden reeds 240 PostPunten toegewezen.
- Slechts 7 toegewezen kandidaten trokken zich terug tijdens de opmaak van de definitieve overeenkomst

Count of Gegunde kandidaten		
Landsgedeelte	Provincie	Total
Vlaanderen	Antwerpen	52
	Limburg	23
	Oost-Vlaanderen	24
	Vlaams-Brabant	27
	West-Vlaanderen	22
Vlaanderen Total		148
Wallonie	Brabant wallon	9
	Hainaut	35
	Liège	28
	Luxembourg	8
	Namur	15
Wallonie Total		95
Brussel	Bruxelles-Capitale	5
Brussel Total		5
Grand Total		248

Opvolging & Status
www.post.be/postpunten

Vlaanderen : 148 = 60%
Wallonië : 95 = 38 %
Brussel : 5 = 2%



Een PostPunt : wederzijdse rechten en plichten





“Het PostPunt maakt uw zaak *uniek*”

Een agentennetwerk met
uniforme kenmerken
naar het cliënteel over alle partners heen

- De Post is en blijft aansprakelijk voor de **kwalitatieve uitvoering** van de dienst
- De **partner** zorgt voor het **kwalitatief aanbieden** van de dienst

Kenmerken van het netwerk:

- Agenten treden op in naam en voor rekening van De Post
- Basisassortiment “openbare diensten” + commerciële producten (anders: doorverwijzen naar Postkantoor)
- Het personeel van de partner wordt door De Post getraind
- De infrastructuur en signalitiek worden door De Post geïnstalleerd in de locatie van de partner
- Er wordt een gestandaardiseerd marketingprogramma overeen gekomen, op maat van de partner



Rechten & Plichten

De partner engageert zich om :

- **Personeel** ter beschikking te stellen
- **Ruimte** ter beschikking te stellen
- **Basisonderhoud** te voorzien & het materiaal te verzekeren

De Post engageert zich om :

- Personeel te trainen; helpdesk en **ondersteuning** te voorzien
- **Infrastructuur**, Informatica te installeren
- **Voorraad** in consignatie te leveren
- **Communicatie**-ondersteuning te bieden
- Rapportering & analyses uit te werken

De Partner heeft dus **geen à priori investeringen**, hij zal wel :

1. de ter beschikking gestelde middelen goed beheren
2. garanties bieden voor de kwalitatieve uitvoering van de dienst



Investerings, vergoeding

1. De vergoeding door De Post is variabel:

De Post vergoedt per **transactie** of in **percentage** op omzet

- Verkoop postzegels en kilopostzegels
- Advies frankering
- In ontvangst nemen en uitreiken van aangetekende zendingen
- In ontvangst nemen en uitreiken van pakjes
- Stortingen
- Consignatie van voorraad

Een jaarlijkse vaste vergoeding als bijdrage aan de vaste kosten



2. De partner-bijdrage

Achtergrond:

- Concurrentieel *voordeel* in de lokale markt
- toename *clienteel*
- toename tevredenheid *clienteel*
- ➔ *loyauteit clienteel*
- ➔ *omzet op de basisactiviteit*

Concrete bijdrage:

- Bedrag per klant wordt **afgesproken** op basis van voorstel in offerte
- Na afloop van een jaar wordt het aantal PostPunt-klienten vermenigvuldigd met dit bedrag

Het **PostPuntconcept** heeft een aangetoonde positieve impact op het verkooppunt qua

- **tevredenheid** van het huidige *clienteel* over het totale verkooppunt
- **aantrekkingskracht** naar nieuw **clienteel**



- PostPunt**
- Roll – Out Status
 - Kwaliteitszorg





Toegewezen PostPunten per sector

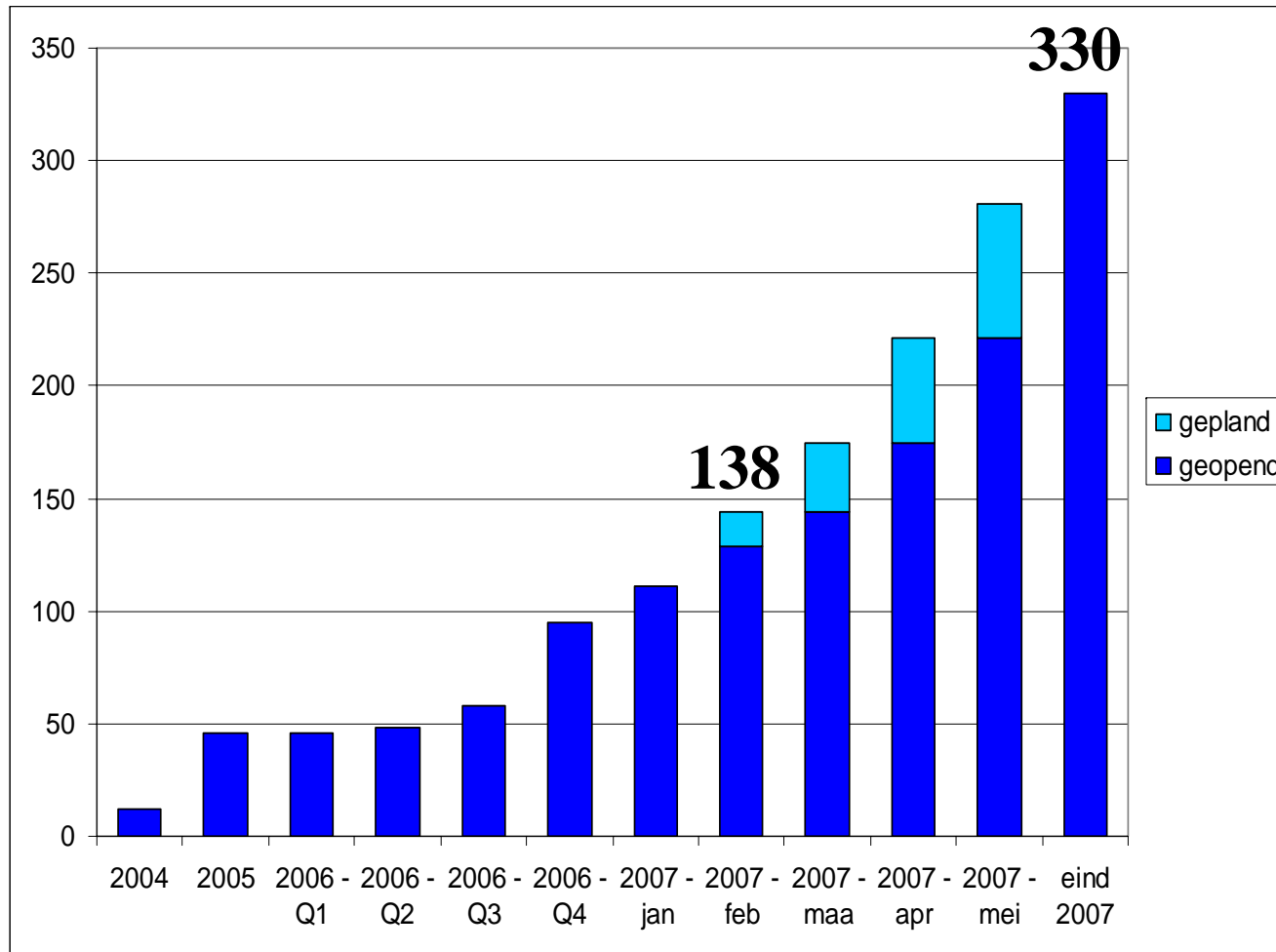
Count of Gegunde kandidaten		
Sector	Partner	Total
Grootdistributie	Carrefour	19
	Delhaize SM	47
	Super GB	15
	Cash Fresh	1
Grootdistributie Total		82
Financiële sector	Fortis	16
Financiële sector Total		16
Local Indep.	AD Delhaize	13
	Alma	2
	GB Contact	4
	GB Express	1
	GB Partner	7
	Local Food	10
	Local Others	1
	Local Press	32
	Press Shop	18
	Prima	4
	Proxy Delhaize	4
	Spar Lambrechts	3
	Spar Retail	35
	Local Indep. Total	
Public Sector	Municipality	2
	NMBS/SNCB	14
Public Sector Total		16
Grand Total		248

1/3 PostPunten bevindt zich in "grootdistributie"

>50% van de PostPunten bevinden zich bij "lokale zelfstandigen"



Status uitrol en doelstelling 2007





Kwaliteitsprogramma's

- **Strenge kwaliteitsopvolging :**
 - gespecialiseerde Post-ploeg begeleidt medewerkers en volgt processen en procedures op (voorraadcontrole, inzet opgeleid personeel ...)
 - “Mystery Shopping”, uitgevoerd door extern agentschap. De resultaten worden PostPunt per PostPunt besproken en leiden eventueel tot bijsturing
 - PostPunten zijn contractueel gebonden tot de uitvoering van gedetailleerd beschreven processen en procedures – de kwalitatieve uitvoering is een voorwaarde voor de verlenging van het jaarlijks contract
- **Tot 15/02/07 : meer dan 530.000 klanten contacten en niet meer dan een 10-tal klachten ...**



Communicatie Openingen PostPunten

Informatiecampagne
naar de klanten





Objectieven van onze communicatie

Acceptatie van de wijziging van het netwerk

Naambekendheid en Legitimiteit van PostPunten



Lokale advertentie

Folders in alle brievenbussen



Lokale pers

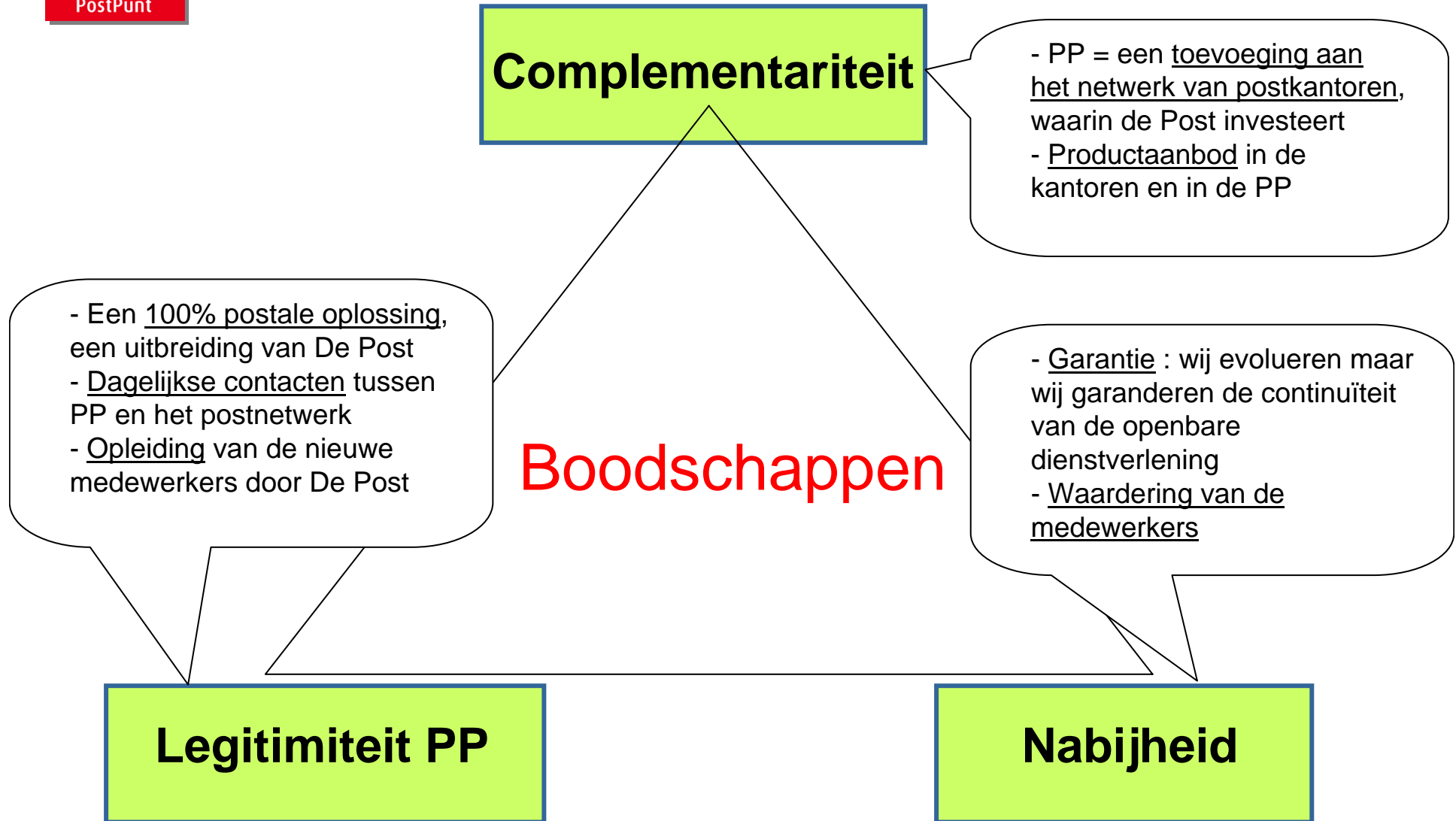
Communicatie verkooppunt

**www.post.be
www.post.be/postpunt**

**Service center
022/012345**



Welke boodschappen ?

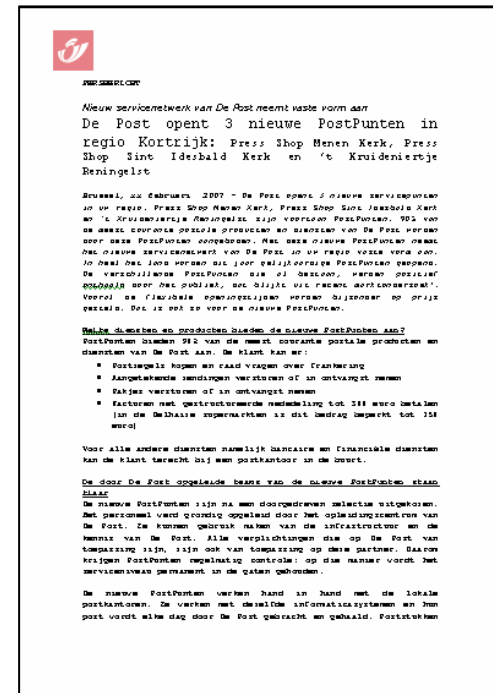




Opening van PostPunten wordt ondersteund door :

Lokale advertentie

Lokale persberichten





Een verkooppunt van De Post vinden vlakbij huis – PostPunt, postkantoor, zegelwinkel?

Zoekmachine op www.post.be

Internet Explorer

Help

Search Favorites Media

/postoffice/address/index.html

1. IXELLES FLAGÉY	CH.DE BOONDAEL, 55, 1050, IXELLES	Bureau de poste	0.6 km
2. IXELLES LOUISE	AV.LOUISE, 247, 1050, BRUXELLES	Bureau de poste	0.7 km
3. IXELLES PORTE DE NAMUR	CH.D'IXELLES, 27, 1050, IXELLES	Bureau de poste	0.8 km
4. SAINT-GILLES STEPHANIE	CH.DE CHARLEROI, 31 -33, 1060, SAINT-GILLES	Bureau de poste	0.9 km
5. ETTERBEEK MAISON COMMUNALE	CH.ST-PIERRE, 124, 1040, ETTERBEEK	Bureau de poste	1.3 km

Cliquez sur le nom du point de vente ou sur une icône de la carte pour consulter les données

BRUSSEL / BRUXELLES

ELSENE / IXELLES

GILLIS / GILLES

EL / UCCLE

R20a R21 N20

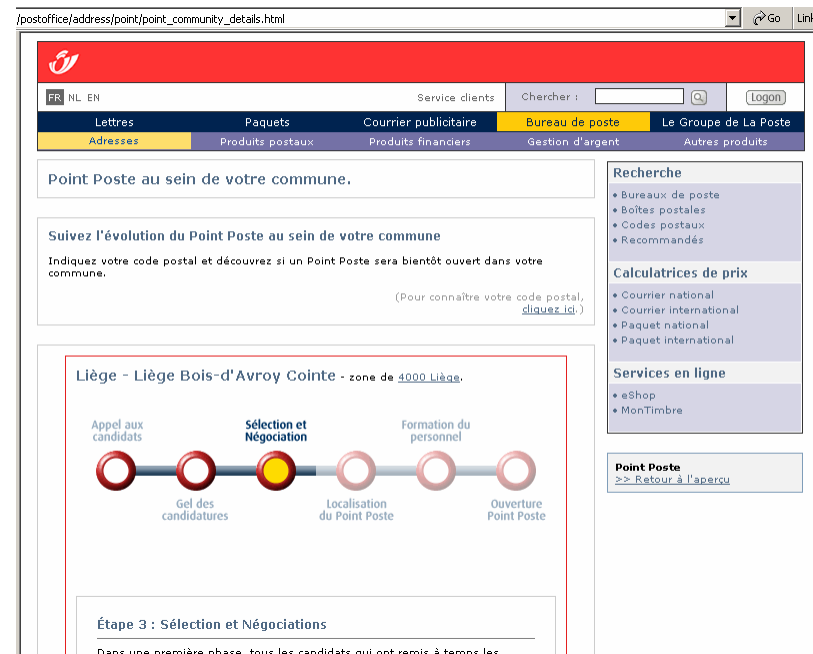
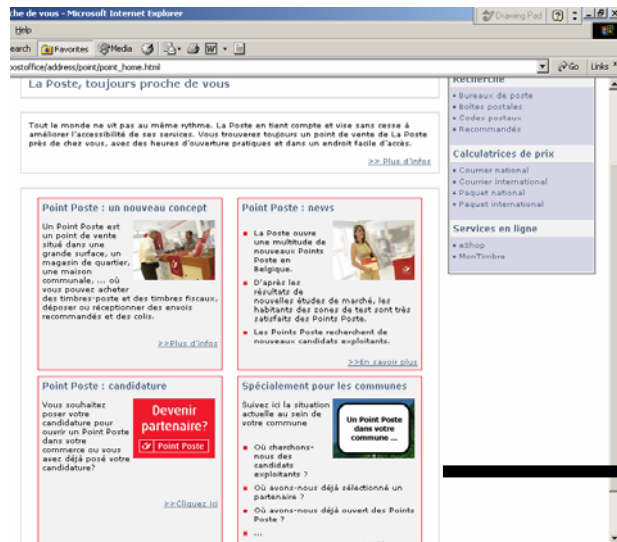
Légende

- Bureau de poste
- Point Poste
- Magasins de timbre



On line de vestiging van een PostPunt in de gemeente volgen?

Speciale PostPunt website op www.post.be/postpunt





Bijlagen

- **Lijst van alle geopende PP**
- **Lijst van alle toegewezen PP**
- **Lijst van de geopende markten**