



Österreichische Post AG

# Wie Webinare die Österreichische Post in der Kundenkommunikation unterstützen

Ein Hinweis vorab: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.



Der Fachbereich Dokumentenlogistik des Geschäftsfelds Mail Solutions der Österreichischen Post AG hat einen innovativen Weg eingeschlagen, um digital unterstützt neue Interessenten- und Kundenkommunikation zu ermöglichen.

### Ausgangssituation und Zielsetzung

Auf der Suche nach neuen Möglichkeiten analoge und digitale Kundenansprache bestmöglich zu verbinden, ist die Österreichische Post auf die interaktiven Möglichkeiten von „Webinaren“ (WEB-based seminINAR) aufmerksam geworden. Es handelt sich hierbei um ein virtuelles Veranstaltungsformat, welches die Möglichkeit bietet, flexibel und ortsunabhängig Interessenten und Kunden anzusprechen, aber auch Interaktion zu ermöglichen. Um sich dieser Herausforderung zu stellen wurde Anfang 2017 ein Pilotprojekt zum Thema „Digitale Rechnungsbearbeitung“ initiiert. Dabei ging es nicht nur um die Durchführung von Webinaren, sondern auch um eine Ergänzung und Verknüpfung zu den bestehenden Informations- und Kommunikationskanälen. Als Partner und Begleiter wurde die Colited Management Consultancy herangezogen, die im deutschsprachigen Raum langjährige Erfahrung in der Strategiefindung, Planung und Umsetzung von Webinaren hat.

Zielsetzung des Pilotprojekts war es, Interessenten und Kunden mit einem neuen Kanal zu erreichen. Intern wurden Ziele in Bezug auf Anmelde- und Teilnahmezahlen definiert, um den Erfolg des Pilotprojekts messbar zu machen.

### Mit der richtigen Vorbereitung zum Projekterfolg

Der Projektablauf erfolgte in einem mehrstufigen Verfahren, um von Beginn an die wesentlichen Stakeholder (Vertrieb, Produktmanagement und Marketing des Geschäftsfelds Mail Solutions) einzubinden. In einem initialen Vor-Ort-Workshop - mit einem starken Fokus auf der Definition der konkreten Aufgaben- und

Umsetzungserwartungen der Österreichischen Post AG - wurde die Grundlage für das Projekt gelegt. Die Definition der Zielgruppe resultierte aus den Anforderungen der Österreichischen Post AG an das Pilotprojekt-Thema „Digitale Rechnungsbearbeitung“.

Bei der Strategiefindung und Planung von Webinaren ist die Colited Management Consultancy durch die Erfahrungen bei vergleichbaren Kundenprojekten entsprechend der Erwartungen strukturiert und zielgruppengerichtet vorgegangen. Gleichzeitig hat die Colited auch einen Vorschlag zur Toolauswahl und Integration abgegeben. Hierzu wurde das Tool GoToWebinar von LogMeIn, einem der internationalen Marktführer in diesem Bereich, ausgewählt. Ausschlaggebend für „GoToWebinar“ waren die intuitive Bedienung, die Stabilität der Anwendung und die hohe Skalierbarkeit an Teilnehmern.

Nach Klärung der zuvor beschriebenen initialen Schritte lag der Fokus auf der Entwicklung des Ablaufs eines „idealen Webinars“. Dazu war es notwendig, frühzeitig die geplante Struktur, Dramaturgie, den Präsentationsaufbau und die Gestaltung sowie das Zusammenspiel von Moderation und Experten zu planen. Der wesentliche Unterschied zu Präsenz- bzw. Informationsveranstaltungen, der sich bei der Durchführung von Webinaren ergibt, wie z.B. die Interaktion der Teilnehmer, Beherrschung der Technik, aber auch das dazugehörige Einladungsmanagement, wurde frühzeitig an die beteiligten Personen (d.h. die durchführenden Experten der beteiligten Abteilungen) kommuniziert. Die Erfahrungen im Umgang mit schwierigen Situationen im Webinar, bedingt durch die digitale Durchführung, konnten bereits zu einem frühen Zeitpunkt bewusstge-

### Entscheidende Vorteile

#### von GoToWebinar

- Schnell einsetzbar, dank einfachster Bedienung
- Zukunftssicher dank hoher Skalierbarkeit
- Gleichzeitige Desktop- und Video-Übertragung in HD
- Integriertes Audio: Telefon und VoIP
- Außerordentliche Zuverlässigkeit, selbst bei vielen Teilnehmern
- Interaktiv-Funktionen wie Umfragen und Abstimmungen
- Aufnahmefunktion zur späteren Weiterverwendung als Video-Content
- Kostenlose Mobile Apps (Smartphones und Tablets) für Teilnehmer
- Höchste Sicherheit durch End-to-End-Verschlüsselung
- Globaler 24/7-Support

macht werden. Die gesamtheitliche Betrachtung des Themenkomplexes „Webinar“ im Pilotprojekt war die wesentliche Leistung, die durch eine externe Begleitung, in diesem Fall der Colited, eingebracht wurde.

Basierend auf der detaillierten Auswertung und Nachbereitung der Workshops konnten anschließend weitere Umsetzungsschritte definiert und der Ablauf zukünftiger Aktivitäten festgelegt werden.

### Erfolgreiche Generalprobe und Webinar-Einführung

Ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor war, dass in einem dritten Schritt eine Generalprobe in Form eines Test-Webinars durchgeführt wurde. Dieses ermöglichte vor allem Optimierungspotenziale (z.B. Rhetorik, Argumentation, Foliengestaltung, Zeitmanagement) zu erkennen und diese noch vor der „realen Durchführung“ zu optimieren. Die Aufgabe der Colited war es dabei vor allem, sowohl den Online-Support als auch die Begleitung durch einen erfahrenen Moderationsexperten zu gewährleisten. Ein wesentlicher Faktor, der vor allem im Kontext Webinare eine wichtige Rolle spielt, ist das Storytelling. Dieses sollte das Ziel verfolgen, die anzusprechende Zielgruppe (die extern verortet ist) aktiv in das Thema zu involvieren und sie im Webinar zu halten.

Das Pilotprojekt, die Durchführung von zwei Webinaren, wurde final im Mai 2017 realisiert. Angesprochen wurden seitens der Österreichischen Post dazu Interessenten und Kunden in ganz Österreich. Durch das positive Feedback der Teilnehmer und Kunden auf die Durchführung dieser ersten beiden Webinaren) wurden diese im September an zwei weiteren Terminen erneut angeboten. Nach der erfolgreichen Webinar-Durchführung im September 2017 und der Analyse der erreichten Ziele und Erwartungen (seitens des Kunden sowie der Teilnehmer), ebenfalls begleitend von der Colited, endete die Pilotphase der der Österreichischen Post AG.

Im Herbst 2017 wurde als weiteres Thema „Mailroom-Tracking“ in Form von Webinaren aufgegriffen und mit einer Präsenzveranstaltungsreihe gekoppelt. Aufgrund der Erfahrungen mit dem Pilotprojekt „Digitale Rechnungsbearbeitung“ konnten die einzelnen Schritte (Vorbereitung, Planung und Durchführung) bereits wesentlich rascher umgesetzt werden.

### Die Ergebnisse sprechen für sich

In Österreich werden, wenngleich eine zunehmende Anzahl an Webinaren über alle Branchen hinweg erkennbar ist, das Potential und die Wirkung von Webinaren vor allem im Marketing-Mix noch unterschätzt. Eines der Hauptziele der virtuellen und interaktiven Veranstaltung war es, eine hohe Teilnehmerquote zu erreichen. Mit einer Teilnehmerquote von über 73 % und einer sehr hohen Aufmerksamkeitsdauer (die im Webinar gemessen werden kann) wurden die Erwartungen übertroffen. Die interaktiv eingesetzten integrierten Komponenten, wie Umfragen und Chat während des Webinars, involvierten die Teilnehmer aktiv im Webinar. Dadurch war es den Teilnehmern während des gesamten Webinars möglich, dem Moderator und den Experten Fragen zu stellen. Dieser Aspekt, der durch die eingesetzte Webinar-Technologie ermöglicht wurde, ist einer der wesentlichsten Erfolgsfaktoren bei der Durchführung von Webinaren. Die gestellten und beantworteten Fragen zeigten damit einerseits den Wissensstand der Teilnehmer und andererseits lieferten diese konkrete Anhaltspunkte über die Bedürfnisse und Erwartungshaltung. Durch die Aufzeichnung des abgehaltenen Webinars konnte dieses auch nachträglich auch Personen zur Verfügung gestellt werden, die „live“ nicht am Webinar teilnehmen konnten.

In unmittelbarem Anschluss an das Webinar gingen direkte Anfragen bestehender Kunden und neuer Interessenten bei der Österreichischen Post ein. Durch die umfangreichen Auswertungen und erhaltenen Informationen zum

*Wir suchten neue, innovative Möglichkeiten, mit Interessenten und Kunden in einen interaktiven und ortsunabhängigen Dialog zu treten. Als Lösungsvorschlag hatte uns Colited die vielfältigen Möglichkeiten von Webinaren transparent aufgezeigt. Wichtig war und ist uns, dass wir Experten mit langjähriger Erfahrung an unserer Seite haben, die uns über den gesamten Prozess, von der ersten Idee bis hin zur Umsetzung unserer Webinare, begleiten. Durch die professionelle Unterstützung der colited Berater waren wir in der Lage, Webinare im Marketing schnell und erfolgreich zu implementieren. Unsere Ziele, die neuen digitalen Services der Post bekannter zu machen und neue Interessenten zu gewinnen, konnten wir bereits mit den ersten Webinaren realisieren.“*

**Mag. Martin Ferger,**

Geschäftsführer Scanpoint GmbH  
und Leitung Dokumentenlogistik,  
Österreichische Post AG

Teilnehmer-verhalten im Webinar, konnte die vertriebliche Nachbereitung der Kontakte optimiert werden.

### Fazit und Ausblick

Zusammenfassend erwies sich das mehrstufige Vorgehen als notwendig und sinnvoll. Der Planungsaufwand fiel im Vergleich zu Präsenzveranstaltungen geringer aus. Darüber hinaus ergaben sich Einsparungen durch den Wegfall von Catering, Reise- und Übernachtungskosten. Ein erstellter Kosten-Nutzen-Vergleich ergab ein deutlich positives Ergebnis, wengleich auch Investitionen in die Software berücksichtigt werden müssen. Die Gesamtinvestition blieb dabei in dem kalkulierten Rahmen und insgesamt ergaben sich niedrige Costs-Per-Lead (CPL).

Webinare ermöglichten der Österreichischen Post AG, unterstützt durch die Colited, die Interessenten und Kunden ortsunabhängig zu erreichen und zu informieren. Aus den zuvor erwähnten positiven Resultaten ergeben sich weitere Überlegungen, das Konzept in Zukunft auf zusätzliche Bereiche der Österreichischen Post AG auszuweiten.

### Nachhaltigkeit sichern

Als nachhaltige Effekte lassen sich derzeit bereits Überlegungen erkennen, an der geschaffenen technologischen Infrastruktur in Zukunft weiter anzuknüpfen und diese abteilungsübergreifend bei der Österreichischen Post AG einzusetzen. Der Einsatz von Webinaren, als ergänzender Informations- und Kommunikationskanal, soll als dualer Weg von der Österreichischen Post AG weiter fortgesetzt werden. Es hat sich eindeutig im Pilotprojekt gezeigt, dass der Markt bereits jetzt und zukünftig beide Wege (Präsenzveranstaltungen und Webinar-Angebote) verlangt. Die intelligente Verbindung von physischen und digitalen Dienstleistungen, Produkten und Services

zeigt, dass die Österreichische Post AG den Wandel vom reinen Versand- und Beförderungsunternehmen zum universellen Dienstleistungsunternehmen erfolgreich vollzogen hat. Diese Philosophie kann nun, unter anderem durch den Einsatz von Webinaren, auch im Marketing-Mix der Österreichischen Post AG seine Fortsetzung finden.

Bei der abschließenden Betrachtung des Pilotprojekts zeigte sich, dass eine externe Experten-Begleitung – in diesem Fall durch die Colited – wesentlich zum Gelingen und zum Erreichen der gesetzten Ziele beigetragen hat. Nur im Zusammenspiel und der konsequenten Vorbereitung konnte das Pilotprojekt zielgerichtet umgesetzt werden. Nicht zu vernachlässigen ist, dass die bereits erarbeiteten Prozesse und Wissensstände zum Thema „Webinar“ innerhalb der Österreichischen Post AG es ermöglichen, diesen „dualen“ Weg auch in der Kommunikation, insbesondere mit B2B-Kunden, konsequent fortzusetzen.