



CUSTOMER SUCCESS STORY

die Schweizerische Post als Motor für eine moderne Schweiz

Hintergrund

Die Post ist eine der ältesten und bekanntesten Marken der Schweiz. Sie verbindet seit jeher Menschen miteinander und ist somit ein Stück Schweizer Identität. Seit über 170 Jahren hat sich die Post nach den gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen erfolgreich ausgerichtet und zur Modernisierung der Schweiz beigetragen. Die Post nutzt bereits an verschiedenen Stellen digitale und KI-Technologien, mit dem Fokus die Mitarbeitenden von körperlich schweren oder repetitiven Aufgaben zu befreien sowie bessere Entscheidungen im Hinblick auf die damit zusammenhängenden Risiken zu treffen.

Herausforderung

Die Post hat eine stabile finanzielle Grundlage, jedoch wird das herkömmlich stark profitable Kerngeschäft rückläufig. «Der Brief bleibt zwar ein zentraler Pfeiler unserer Tätigkeiten, wir transformieren uns aber zu einem umfassenden Logistikunternehmen für die Schweizer Wirtschaft» sagt Alex Glanzmann, Leiter Finanzen und stellvertretender Konzernleiter der Schweizerischen Post AG. Mit der «Post von morgen» richtet sich die Wachstumsstrategie der Post darauf aus, die hohe Qualität ihres Service-Public langfristig zu erhalten und gezielt in den traditionellen Kernkompetenzen Logistik und Kommunikation zu wachsen. «Weiter sind auch digitale Angebote zentral, vor allem um die künftigen Bedürfnisse der Kunden zu antizipieren» so Glanzmann.

Lösungsansatz

Die Post investiert in die Aus- und Weiterbildung ihrer Führungskräfte im Bereich Finanzen, um bestes Wissen und Best Practices über die Digitalisierungsherausforderung – getrieben durch KI und digitale moderne Technologien – zu vermitteln. Dies bewirkt gleichzeitig ein Mindset-Shift. In einem weiteren parallelen Schritt wurden die Führungskräfte eingeladen, ihre Ideen für mögliche Verbesserungspotentiale durch digitale Technologien und die angewandte Methodologie einzubringen: «Besonders die Möglichkeit, ihre eigenen Ideen beisteuern zu können, wurde von den Teilnehmern sehr geschätzt» so Glanzmann. Die besten Ideen wurden von externen Experten anonymisiert bewertet und nominiert. An einem gemeinsamen Pitching Day mit einer Jury bestehend aus internen und externen Experten, wurden die besten fünf Ideen konkretisiert und für die Umsetzung vorbereitet. Darauf aufbauend folgen weitere Befähigungs- und Wirkungs-Wellen. Dies mit dem Ziel, Wissen und digitale Fähigkeiten zu verbreiten sowie zu vertiefen, aber auch den Komplexitätsgrad der Anwendungsbereiche und Use Cases iterativ zu erhöhen. Somit entwickelt sich die Post zu einer lernenden Organisation, fördert ihre Mitarbeitenden in zukunftsrelevanten Fähigkeiten und positioniert sich als attraktiver und innovativer Arbeitgeber.

Ergebnis

Durch ein ausgeklügeltes Upskilling-Programm in Zusammenarbeit mit der AI Business School hat die Post nicht nur eine strukturierte und nachhaltige Methodologie für lebenslanges Lernen und die Schaffung von Bewusstsein für die digitale Herausforderung etabliert, sondern auch konkreten, quantifizierbaren Business-Nutzen geschaffen: «Die Potentiale reichen von mittleren fünfstelligen bis zu Millionenbeträgen» so Glanzmann. Während der Befähigungsinitiative konnten ausserdem erfolgsrelevante Potentiale in diversen Abteilungen identifiziert werden. «Sehr gefreut hat uns, dass wir durch das Einbinden von Experten innerhalb der Post die gemeinsame Zusammenarbeit, Nutzung von Synergien und Vision noch weiter festigen konnten» so Glanzmann.



Alex Glanzmann,
Leiter Finanzen und
stellvertretender
Konzernleiter, die
Schweizerische Post AG

«Wir werden fünf vielversprechende Cases mit quantifizierbarem Nutzen und leichter bis mittlerer Komplexität umsetzen und daraus für weitere potentielle Cases lernen»



BILDUNG



INNOVATION



IMPACT