

12. Telepost®: momentane informatie op maat

R.P.J. Peijnenborgh KPN - PTT Post New Business development

21 miljoen postzendingen per dag, 7 miljoen afgiftepunten, 2.000 postkantoren en 20.000 brievenbussen. Deze cijfers tonen onmiskenbaar aan dat PTT Post een ketendienstverlener is die dag in dag uit de **fijnmazige distributie** van postzendingen verzorgt. PTT Post heeft rechtstreekse toegang tot zeer veel (zowel verzendende als ontvangende) klanten en is met haar outlets dicht bij de klant gesitueerd. De afgiftepunten worden bezocht via een uitgebreid netwerk van distributielocaties. Voor zakelijke klanten kan maatwerk worden geboden middels de haal- en brengservice.

PTT Post biedt de klant maatwerk. Daarom hechten wij groot belang aan massa-individualisering. Want volgens PTT Post staat massa-individualisering voor het **aanbieden van door de klant gewenste maatwerkproducten** op het gebied van brieven, tijdsgevoelige distributie en logistiek op een door hem gewenste wijze, locatie en moment. Deze toenemende variatie c.q. “customizing” in wat, hoe, waar en wanneer heeft ingrijpende consequenties voor de productie- en distributieprocessen. Zowel door de diversiteit van consumentenwensen als door de veranderlijkheid ervan.

PTT Post biedt als ketendienstverlener een aantal belangrijke faciliteiten om massa-individualisering mogelijk te maken:

- Fijnmazige en kwalitatief hoogwaardige collectie- en distributiestructuur;
- **Aan fysieke processen gekoppelde informatie- en communicatie technologie (ICT)**;
- De beschikking over eigen know how en ontwikkelcapaciteit;
- Rechtstreekse toegang tot (“de deurmat” van) een groot aantal klanten.

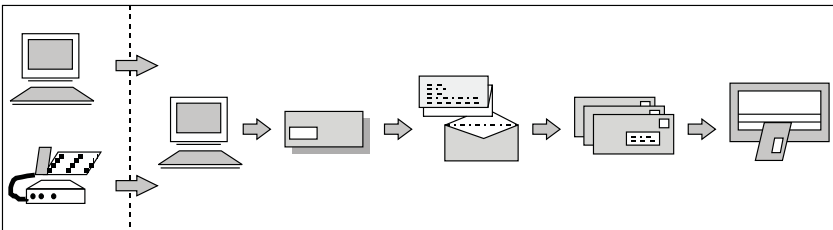
Dat massa-individualisering juist nu zo actueel is, heeft alles te maken met de mogelijkheden van moderne informatie- en communicatie technologie. PTT Post maakt gebruik van deze mogelijkheden om geïndividualiseerde producten te maken in een proces dat net zo efficiënt is als massaproductie.

Binnen PTT Post worden aan massa-individualisering gerelateerde nieuwe diensten ontwikkeld langs een tweetal lijnen:

1. In de eerste lijn komt PTT Post dichterbij de klant door een nadere differentiatie van de fysieke distributie. Dit gebeurt veelal op knooppunten van verbindingen zoals wijkcentra, (benzine)stations en bedrijventerreinen.
2. Bij de tweede lijn staat centraal dat de klant “macht” krijgt over de keten. Een nieuw onderdeel van PTT Post, Multimall, richt zich daarbij met name op goederenverkeer in relatie tot “**electronic commerce**”. Het biedt een totaalconcept gebaseerd op een elektronische infrastructuur, een fysieke distributiestructuur en diensten/partnerships van/met contentproviders. Een ander nieuw bedrijfs onderdeel richt zich met nieuwe elektronische diensten op het berichtenverkeer. Loskoppeling van plaats en tijd van verzending en ontvangst “**met de klant aan de knoppen**” staat hierbij centraal. Voor deze elektronische diensten wordt een ICT- en productie infrastructuur ingericht.

Bij beide lijnen speelt de uitnutting en uitbouw van de collectie-, distributie- en de hieraan gerelateerde ICT-infrastructuur een belangrijke rol.

Een voorbeeld van deze elektronische diensten is **Telepost®**. De klant levert hierbij zijn berichten elektronisch aan bij PTT Post. PTT Post zorgt voor het printen, couverteren en distribueren van deze berichten. Het bericht wordt dus fysiek afgeleverd. De klant kan op diverse manieren gebruik maken van Telepost®. Een manier is Telepost® via Internet; bestemd voor de consumentenmarkt. De verzender maakt op Internet zijn bericht(en) aan en kan hierbij gedeeltelijk zelf de lay-out van het bericht bepalen zoals het geprint moet gaan worden. Hij kan hierbij kiezen uit diverse illustraties en lettertypes (“wat”). Daarnaast is uitgestelde verzending mogelijk (“wanneer”). Zo kan hij op elk moment alle verjaardagsberichten voor een bepaalde periode aanmaken. De klant heeft de mogelijkheid om zijn eigen adressenbestand op de Telepost®-server te bewaren, waarmee hij mailings, zoals uitnodigingen, kan versturen.



Figuur 12.1: Telepost® combineert de vertrouwde postbezorging met postverzorging.

Op termijn worden bij deze dienst ook meerdere ontvangstmogelijkheden (gebaseerd op de behoefte van de ontvanger) meegenomen (“waar” en “hoe”). Hierbij kan gedacht worden aan distributie als fax, e-mail en/of fysieke brief. Via een elektronische gids stelt de verzender de gewenste wijze van ontvangst door ontvanger vast. Op termijn is ook internationale distributie mogelijk. Hiermee kunnen grote voordelen t.a.v. de overkomstduur worden geboekt.

Voor PTT Post betekent massa-individualisering het aan de klant (zowel verzender als ontvanger) bieden van door de klant gewenste maatwerkproducten; “de klant aan de knoppen”. Massa-individualisering heeft ingrijpende consequenties voor de productie- en distributieprocessen van PTT Post. De ontwikkelingen op het gebied van informatie- en communicatie technologie scheppen de mogelijkheid tot deze geïndividualiseerde producten in een proces dat net zo efficiënt is als massaproductie. De beschreven nieuwe ontwikkelingen zijn hiervan concrete voorbeelden.

