

LE MAGAZINE POUR NOS CLIENTS COMMERCIAUX

INFO POSTE

AVRIL 2015



MD à 360 degrés

Le service complet de
la Poste pour réussir
votre marketing direct

Page 3

E-commerce

Faites fructifier votre
boutique en ligne

Page 10

LA POSTE 

Dynamique jaune.

Timbre-poste SMS

Achetez simplement vos timbres avec votre téléphone

Vous êtes en déplacement et voulez envoyer une lettre, mais vous n'avez pas de timbre sous la main? Aucun problème: affranchissez votre lettre Courrier A rapidement avec le timbre-poste SMS.

Avec le timbre-poste SMS, la Poste propose une solution simple et innovante pour affranchir rapidement votre courrier. Et où que vous soyez: si vous avez votre téléphone mobile avec vous, vous pouvez acheter un timbre en quelques secondes, jour et nuit.

Envoyez le SMS, notez le code – et allez à la poste

Voilà comment fonctionne le timbre SMS: envoyez un SMS avec le texte TIMBRE au numéro 414. Vous recevez immédiatement un code que vous écrivez en haut à droite de l'enveloppe. Et c'est parti: votre lettre est affranchie et peut être déposée dans une boîte aux lettres! Aucune inscription n'est nécessaire. ■ an

Prix et conditions d'utilisation:
www.poste.ch/timbresms



Recopiez le code, et le tour est joué!

Salon du marketing de dialogue / Swiss eBusiness Expo 2015

La Poste relie le physique au numérique

Le secteur suisse du marketing direct dispose d'une nouvelle plateforme d'échange de connaissances et de networking: les 15 et 16 avril 2015 le salon du marketing de dialogue fait son entrée en scène à Zurich. En même temps les prestataires d'e-commerce se retrouvent sous le même toit pour la Swiss eBusiness Expo 2015. Depuis son stand au salon du marketing direct, la Poste conseille ses clients sur les avantages des mailings physiques et présente son offre de prestations étendue dans le domaine du marketing direct ainsi que des trucs et astuces d'experts du MD. Sur un autre stand la Poste présente ses prestations d'e-commerce. ■ an

Salon du marketing de dialogue / Swiss eBusiness Expo 2015

Découvrez comment la Poste relie entre elles ses offres connectées et non connectées, et comment vous pouvez les utiliser pour aller de l'avant!

Commandez ici votre billet gratuit:
www.dialog-marketing-messe.ch/post
www.dialog-marketing-messe.ch
www.swiss-online-marketing.ch

Salon Zurich

Mercredi 15 et jeudi 16 avril 2015
de 9 h 00 à 17 h 30



Impressum

Editeur: Poste CH SA, Viktoriastrasse 21, 3030 Berne | infoposte@poste.ch, www.poste.ch/infoposte

Rédaction: Poste CH SA: Manuela Hamadi (ham) | Conception, réalisation: Polyconsult AG, Berne

BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) | Lukas Schmid, texte et conception: Lukas Schmid (ls)

Impression: Staempfli Publications SA, Berne | Changements d'adresse: infoposte@poste.ch

Parution trimestrielle. Sous réserve de modifications.



MIXTE
Papier issu de
sources responsables
FSC® C005019

La Poste: votre entreprise générale pour un marketing direct plein d'impact

De l'idée jusqu'au contrôle d'efficacité, de la transmission des adresses à l'expédition puis à la gestion des stocks: pour toutes vos activités de publipostage, la Poste vous accompagne en tant que partenaire compétente et expérimentée.

De nombreuses PME suisses se voient confrontés à des défis similaires. On voit certes le bénéfice potentiel de campagnes de marketing direct, mais sans être en mesure de s'attaquer aux projets correspondants. Que ce soit parce que le service publicité et marketing est trop occupé par d'autres tâches, ou parce que l'on ne dispose tout simplement pas des ressources et du savoir-faire nécessaires. A cela s'ajoute la complexité croissante des interrogations, par exemple: comment combiner astucieusement plusieurs mesures publicitaires?

Unir nos forces grâce à un interlocuteur unique

Avec le MD à 360 degrés, la Poste vous offre une gamme de prestations uniques pour réussir votre marketing direct. Au lieu d'avoir à rechercher un prestataire adapté pour chaque tâche de votre projet et de devoir ensuite assurer la coordination entre les participants, vous avez un interlocuteur unique pour l'ensemble des prestations. Vous épargnez ainsi du temps et

de l'argent, et l'emploi des ressources est optimisé. La Poste travaille avec des partenaires éprouvés dans le domaine du graphisme, du texte, de l'impression et du publipostage. En tant qu'entreprise générale elle se porte garante d'une qualité élevée et d'une mise en place sûre de vos activités promotionnelles.

Un accès simple au club des pros du MD

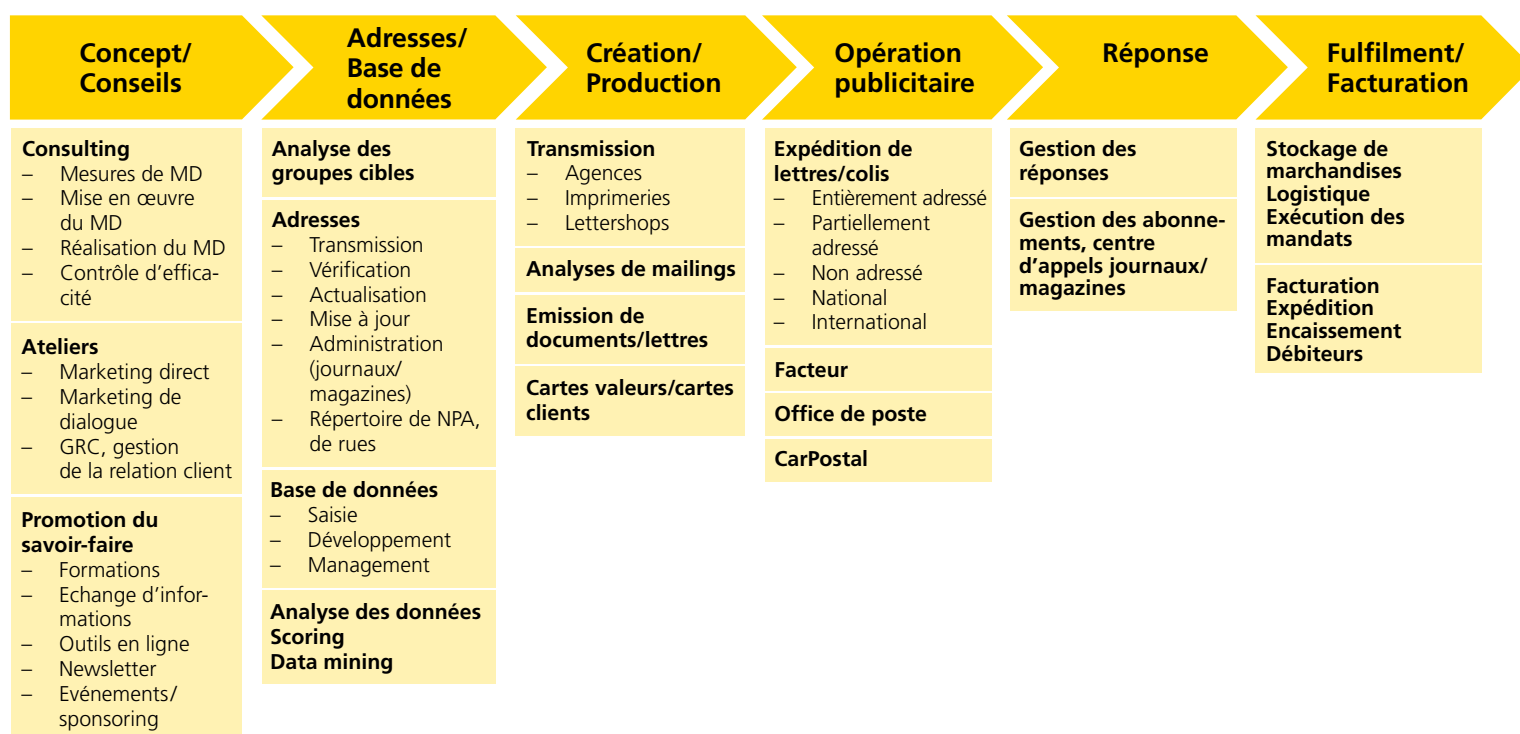
Le premier entretien avec les spécialistes du MD de la Poste est gratuit et sans engagement. En cas de collaboration, les professionnels du MD se chargent de la planification de vos mesures de MD et s'engagent à vous

Vous épargnez du temps et de l'argent, et l'emploi des ressources est optimisé.

accompagner à chaque étape. Vous profitez de l'expérience et de la connaissance étendue du marché de la Poste. Le compliqué devient alors facile, et votre PME augmente ses chances de succès grâce à un marketing direct plein d'impact. ■ an

www.poste.ch/dms

MD à 360 degrés – tout d'un seul tenant



Suivi des envois – Observer l'envoi

Le service gratuit de surveillance des envois postaux

Le suivi des envois postaux est maintenant encore plus simple: sélectionnez la prestation gratuite «Observer l'envoi» pour être informé automatiquement par e-mail de chaque changement de statut de votre commande au cours du processus d'expédition.

La société Lexemple SA vend des poupées faites à la main sur sa boutique en ligne. Sa particularité lui a valu une communauté d'inconditionnels en Suisse. Ses clientes et ses clients ne peuvent souvent pas attendre simplement que le colis arrive avec l'article commandé. Mais ce beau succès a son revers: une douzaine de clients environ appelle sans cesse pour se renseigner sur le statut de l'expédition. Le fabricant de poupées a trouvé une solution élégante pour eux: la prestation gratuite «Observer l'envoi» de la Poste. Son fonctionnement est le suivant: la société Lexemple SA communique à ses clients le numéro d'envoi des colis concernés en indiquant «Observer l'envoi». Les clients peuvent ainsi saisir eux-mêmes le numéro d'envoi dans «Suivi des envois» et indiquer leur adresse

e-mail pour recevoir les informations d'expédition. Le statut de l'envoi actualisé est ainsi envoyé automatiquement par e-mail aux clients de Lexemple SA. Ils apprennent directement de la Poste quand exactement leur belle poupée leur sera livrée.

Pratique pour le destinataire, utile pour l'expéditeur

Il en résulte que l'expéditeur s'épargne du travail avec «Observer l'envoi» et apporte une valeur ajoutée à ses clients. Vous pouvez aussi être informé vous-même, comme le destinataire, du statut actuel de la distribution avec «Observer l'envoi». Les utilisateurs de My Post Business peuvent choisir de recevoir les avis non seulement par e-mail, mais aussi par SMS. Cela vous tranquillise tout particulièrement en cas d'envois importants et de valeur, parce qu'en tant qu'expéditeur vous êtes toujours tenu informé automatiquement. ■ an

www.poste.ch/suividesenvois

Vous pouvez observer ces envois

Il est possible de générer une observation sur www.poste.ch/suividesenvois en indiquant le numéro d'envoi pour toutes les expéditions de lettres et de colis en Suisse (à l'exception des envois Coursier Suisse). Vous pouvez également commander une observation par la saisie du numéro d'envoi correct lorsque l'envoi physique n'a pas encore été pris en charge par la Poste. Dans ce cas, la Poste envoie un avis à l'adresse e-mail indiquée dès que l'envoi est enregistré pour la première fois.



Les envois postaux toujours visibles – grâce aux avis par e-mail.

Mes envois

Pour savoir quand les colis arrivent

La Poste rend la réception des colis encore plus pratique. Avec le service en ligne «Mes envois» vous informez vos clients par SMS ou e-mail au sujet des colis qui sont en route pour eux.

Le commerce en ligne est florissant et les attentes des clients sont élevées, y compris pour la réception de leurs commandes. Avec «Mes envois» la Poste répond au désir accru de transparence. Dès qu'un colis est en route vers son destinataire, celui-ci reçoit un SMS ou un e-mail qui l'informe du délai de distribution prévu. Le message indique en outre si l'envoi peut être placé dans le compartiment annexe de la boîte aux lettres, si la réception doit être quittancée ou le montant d'un éventuel titre de remboursement. Le client reçoit ces informations pour tous les colis, y compris pour ceux qu'il n'attend pas et dont il ne connaît pas le numéro d'envoi.

Piloter le colis à distance avec votre téléphone mobile

Si le colis ne peut pas être distribué, le client reçoit une invitation à retirer un envoi sur papier, un SMS ou un e-mail. Il peut alors réagir immédiatement et à partir de son PC ou de la

PostApp, prolonger le délai de conservation, demander une deuxième présentation ou faire réexpédier le colis à une autre adresse. Pour utiliser «Mes envois», le client s'inscrit une fois

avec «Login Poste» sur le portail de la Poste et y effectue les paramétrages qu'il souhaite. ■ an

www.poste.ch/mes-envois



Les dates de distribution de ces colis sont déjà arrivées chez leurs destinataires.

Colis avec une demande de réexpédition

Accélération de rythme pour les colis réexpédiés

Les colis dont le client a demandé la réexpédition arrivent désormais à destination aussi rapidement que les envois de colis «normaux».

Avec une demande de réexpédition, les clientes et les clients peuvent se faire réexpédier leurs colis à une nouvelle adresse, définitive ou temporaire.

Jusqu'à présent il fallait à ces colis un jour de plus que les colis «normaux» pour être distribués. Ils sont depuis peu livrés dans le même délai. La Poste a pu apporter cette amélioration grâce à l'optimisation du processus de tri dans ses centres colis. ■ an



«Notre part de marché a progressé de 18,4%.»

Claudia Leuenberger, Senior Brand Manager chez Feldschlösschen Boissons SA

Feldschlösschen Boissons SA

Echantillon pétillant de Schweppes Ginger Ale

Feldschlösschen, principale brasserie de Suisse, est également le plus grand négociant en boissons du pays. En 2014, l'entreprise a distribué avec succès plus de 330 000 échantillons d'un demi-litre de Schweppes dans les boîtes aux lettres.

Le Schweppes Ginger Ale est le champagne des boissons rafraîchissantes. En avril 2014, Feldschlösschen SA est sortie des sentiers battus pour faire la publicité de cette boisson traditionnelle. En partenariat avec la Poste, une grande promotion avec échantillons a été planifiée, testée et mise en œuvre. Le succès de la promotion a mis de bonne humeur Claudia Leuenberger, Senior Brand Manager.

Madame Leuenberger, pourquoi avez-vous planifié une distribution d'échantillons de Schweppes Ginger Ale, au lieu d'une promotion en magasin par exemple?

Claudia Leuenberger (C.L.): Nous voulions, dans le cadre de notre budget, toucher le plus de consommatrices et de consommateurs possible et essayer quelque chose de nouveau. Les promotions et les échantillons dans les commerces de détail ou dans les gares sont toutefois plutôt chers et nécessitent beaucoup de personnel. La distribution d'échantillons dans les boîtes aux lettres offre un rapport qualité-prix attrayant et permet aux destinataires de goûter le Schweppes Ginger Ale tranquillement à la maison.

Comment avez-vous eu connaissance de l'offre de la Poste?

C.L.: Le premier contact s'est effectué sur le site web de la Poste. Là j'ai été presque un peu submergée par l'exhaustivité de l'offre de la Poste. Mais mon conseiller à la clientèle a pu m'informer de manière claire et ciblée et m'a convaincue par sa grande compétence professionnelle.

Comment avez-vous pu bénéficier du savoir-faire de la Poste dans le marketing de dialogue?

C.L.: Le conseiller à la clientèle a inclus très tôt le service spécialisé Direct Marketing Services ainsi que la division Solutions clients. Pour cela, tous

les spécialistes se sont assis autour d'une table. J'ai particulièrement apprécié l'offre de commencer par une phase de test avec trois variantes différentes. Nous avons testé la bouteille échantillon avec un flyer publicitaire dans la boîte aux lettres, seulement le flyer publicitaire en courrier non adressé, ainsi que la distribution des bouteilles dans les offices de poste, également accompagné du flyer publicitaire.

Y a-t-il eu des mesures d'accompagnement de la distribution d'échantillons?

C.L.: Oui, nous avons effectué une publicité télévisée, nous étions présents dans divers médias imprimés et de commerce, nous avons revu le design des étiquettes et nous avons approuvé l'échantillonnage de ménages pour les promotions du commerce de détail.

Etes-vous satisfaite de l'écho de cette action?

C.L.: Absolument. Le segment mesuré par l'institut d'études de marché Nielsen a augmenté de 18,4% et nous avons reçu des paniers entiers de coupons pour le concours – nous avons eu au total plus de 50 000 participants. Il y a également eu des réclamations, mais pour une raison qui nous fait plaisir: des personnes se sont manifestées pour se plaindre de ne pas avoir reçu de bouteille. Ce n'était pas la faute de la Poste, mais il y avait un autocollant «Pas de publicité» sur la boîte aux lettres.

Ferez-vous à nouveau une promotion par échantillons avec la Poste?

C.L.: C'est fort probable. Le succès de la promotion nous incite à recommencer avec une autre marque de notre portefeuille. ■ Is

www.feldschloessen.com
www.poste.ch/promopost

Lettre avec signature de contrat

Une remise personnalisée pour augmenter les souscriptions

Même à notre époque où l'on parle souvent d'ère numérique, une signature physique est nécessaire pour conclure valablement certaines affaires. Depuis le 1^{er} janvier 2015, la nouvelle prestation «Lettre avec signature de contrat» simplifie cette obligation.



Une remise personnalisée améliore le taux de souscription.

L'abonnement pour le smartphone est commandé, la police d'assurance est modifiée par téléphone. Il ne manque plus qu'une signature pour sceller l'opération. Souvent, les documents de contrat distribués ensuite traînent chez le destinataire ou sont oubliés. La conséquence: les entreprises concernées n'arrivent pas à la conclusion espérée du contrat.

Le facteur comme transmetteur

La Poste a développé un nouveau produit qui augmente de façon remarquable les chances de succès de la souscription de contrats. Le principe est simple: par exemple, une entreprise de télécommunication envoie après l'entretien de vente une préinformation par courrier avec le contrat. Quelques jours plus tard le facteur poursuit le contact client en apportant à nouveau personnellement les documents contractuels. Il ouvre l'enveloppe de transmission aller-retour, demande une signature et reprend le contrat signé pour le renvoyer à l'entreprise de télécommunication.

Un taux de mise en œuvre plus élevé

La qualité de la prestation est un élément important si l'on veut que la souscription se passe sans problème. Cela est apparu lors de la phase pilote. Grâce à la remise personnelle des documents par le facteur, le nombre de souscriptions réussies a augmenté significativement. Autres avantages: grâce à un numéro d'envoi unique pour l'aller et le retour, le donneur d'ordre a le contrôle du processus à tout moment. Une éventuelle absence de signature lui sera également signalé immédiatement, ce qui permet un suivi rapide.

Conquérir de nouveaux clients

La prestation innovante «Lettre avec signature de contrat» est particulièrement adaptée pour les entreprises de télécommunication, les assurances, les caisses d'assurance maladie et les institutions de crédit, et plus généralement pour les entreprises qui veulent allier efficacité et réussite pour l'acquisition de nouveaux clients. ■ Is

www.poste.ch/lettre-avec-signature-de-contrat

Annonce de déménagement

Réduire sans effort les retours coûteux

Des données d'adresse à jour sont le fondement d'une distribution postale sans problèmes. Avec la nouvelle annonce de déménagement électronique, les entreprises reçoivent des adresses parfaitement à jour pour leurs clients ayant déménagé.

Depuis mai 2014, la Poste teste l'annonce de déménagement. En connexion avec une demande de réexpédition, les personnes qui déménagent peuvent transmettre leur nouvelle adresse de manière simple et ciblée aux entreprises souhaitées. Grâce aux annonces de déménagement reçues, les entreprises optimisent leur qualité d'adresses et réduisent les retours coûteux. Elles

bénéficient dans le même temps du placement de leur marque dans une application de grande utilité pour leurs clients.

Une utilisation active dès la phase pilote

L'annonce de déménagement fonctionne déjà sans problème dans la phase de test et elle est de plus en plus utilisée. Chaque jour en moyenne 50 personnes qui déménagent saisissent des avis qui seront envoyés au jour le jour aux entreprises sélectionnées. Chaque mois les entreprises reçoivent environ 10000 changements d'adresse. ■ Is

www.poste.ch/annonce-demenagement

Voici comment votre entreprise arrive sur la plateforme

Améliorez encore la qualité de vos adresses: inscrivez votre entreprise à l'annonce de déménagement électronique. Plus de 200 marques et entreprises suisses renommées l'ont déjà fait.

Swiss Post GLS Flex Delivery Service

De nouvelles libertés pour les destinataires de colis à l'étranger

La Poste ne se préoccupe pas qu'en Suisse de la simplification constante des réceptions. Dans de nombreux autres pays européens, il est maintenant devenu plus pratique de recevoir des colis venant de Suisse.

Dans la vente par correspondance, c'est le service qui fait la différence. Il n'est donc pas étonnant que les sociétés suisses de vente à distance veuillent proposer à leurs clientes et leurs clients à l'étranger des options d'envoi aussi flexibles que celles de leurs concurrents sur place. La Poste a détecté ce besoin et lancé une nouvelle prestation: Swiss Post GLS Flex Delivery Service.

Un taux de distribution à la première présentation plus élevé grâce à une plus grande flexibilité

Avec ce nouveau produit, davantage de possibilités de distribution sont offertes aux destinataires de colis: le lieu et la date de livraison peuvent

être choisis librement et adaptés à l'emploi du temps personnel. C'est surtout dans le domaine de la clientèle privée que le taux de distribution à la première présentation a augmenté de manière remarquable.

Tout le monde y gagne

Swiss Post GLS Flex Delivery Service, ce sont des clientes et des clients satisfaits, un gain de temps et un plus écologique en évitant de nouvelles tentatives de distribution. Ainsi les sociétés suisses de vente à distance marquent des points non seulement avec les produits de grand format, mais aussi avec un envoi similaire. La nouvelle prestation est disponible depuis janvier 2015 pour les marchés de l'Allemagne, de l'Autriche, de la Belgique et de la Pologne. ■ Is

www.swisspost-gls.ch/fr

→ [Expédition de colis](#)

→ [Prestations complémentaires](#)

«Comment envoyer quelque chose le plus vite possible de A vers B?»



Le Coursier Suisse de la Poste prend des courriers, des colis ou des marchandises non emballées à domicile ou à votre bureau, et les apporte directement au destinataire. Il suffit d'appeler le numéro gratuit 0800 888 888, et c'est parti. Vous pouvez aussi passer votre commande sur internet. Par la combinaison astucieuse du vélo, du train et de la route, Coursier Suisse assure une liaison porte à porte à une vitesse record, avec un impact minimum sur l'environnement.

www.poste.ch/coursier-suisse

«A partir de quelles dimensions s'agit-il d'un envoi encombrant?»

La catégorie encombrant regroupe les colis aux dimensions hors normes, les envois non emballés et les envois à étiquette volante. Est encombrant ce qui dépasse 1 mètre ou dont deux dimensions sont supérieures à 60 cm. La longueur maximale est de 2,5 m et le pourtour (2 × hauteur + 2 × largeur + côté le plus long) ne doit pas dépasser 4 m. Le poids maximal est de 30 kg.

www.poste.ch/encombrant



Nouveauté Allemagne, Autriche, Belgique, Pologne: plus d'options d'envoi

Website à thème e-commerce

Toutes les offres e-commerce en un clin d'œil

Souhaitez-vous exploiter encore mieux votre potentiel de commerce en ligne? Alors une visite sur www.poste.ch/e-commerce s'impose. Vous y trouverez une offre complète de prestations de la Poste ainsi que des astuces et informations précieuses.

Utilisez-vous tous les instruments de façon optimale pour exploiter votre boutique en ligne de manière rentable? A l'aide d'un test d'autocontrôle sur le nouveau site web à thème e-commerce de la Poste vous découvrirez où vous vous situez, et quelles offres de la Poste peuvent vous faire

progresser. Une bonne occasion de vous mettre à jour et de développer des idées nouvelles.

Complet et d'un seul tenant: les solutions d'e-commerce de la Poste

L'entrepôt de la boutique en ligne est plein à craquer? Ne pouvez-vous plus venir à bout des demandes des clients? Ou bien relancer les clients en retard vous prend-il trop de temps? Pour ces défis du commerce en ligne et bien d'autres encore, la Poste dispose de solutions éprouvées toutes prêtes. L'offre complète de prestations englobe l'ensemble de la chaîne de valeur de l'e-commerce: depuis la commercialisation jusqu'au paiement et à la logistique et au suivi de la clientèle en passant par la commande et le paiement, vous recevrez un soutien actif des spécialistes de la Poste. Nos services peuvent être utilisés séparément ou combinés de manière modulaire. Vous en trouverez un aperçu et la présentation sur www.poste.ch/e-commerce.

Apprendre – ou comment améliorer ce qui est bon

Sur le nouveau site web à thème vous regardez par-dessus l'épaule des meilleurs: des exemples de pratiques exemplaires vous inspirent et vous donnent de nouvelles idées. Vous trouverez aussi beaucoup de choses à savoir dans nos publications en ligne et dans notre vidéo divertissante. Jetez-y un coup d'œil! ■ an

www.poste.ch/e-commerce



sobu

Marketing de recommandation en ligne: du potentiel

Depuis deux ans, la plateforme de marketing de recommandation sobu est en ligne. Plus de 70 boutiques en ligne l'ont déjà rejointe. Une étude montre que dans ce domaine, le potentiel est loin d'être épuisé.

Roger a acheté un système de home cinéma en ligne. Il a recommandé son achat sur Facebook. Son meilleur ami Max a vu l'avis et a acheté une

nouvelle TV dans la même boutique en ligne. Roger a reçu un bon d'achat de la boutique pour sa recommandation réussie: c'est ainsi que fonctionne sobu – la plateforme de «bouche à oreille» du web social. Selon une étude, sobu peut atteindre un potentiel allant jusqu'à 1,8 million d'utilisateurs, et en Allemagne jusqu'à 18,3 millions. L'étude constate aussi que sobu est considéré comme original et nouveau dans les deux pays. De bonnes bases pour prendre pied sur les marchés

étrangers, trouvent les créateurs de sobu, et se développer ensuite en Allemagne. ■ an

<https://www.sobu.ch/fr/>



La Poste vous facilite bientôt la vie sur le web



Ordonné et convivial: le nouvel accès web de la Poste.

En juin 2015, la Poste activera son nouvel accès web. En tant que client commercial, vous bénéficierez de plus de convivialité et d'un accès plus rapide aux services en ligne les plus utilisés.

Lors du passage au nouveau site web de la Poste, vos données et informations de connexion resteront inchangées. Même les raccourcis existants vers vos pages favorites resteront les mêmes. Avec le nouvel accès web de la Poste, tout le monde est encore plus gagnant: à partir de juin vos boutiques en ligne seront encore plus efficaces avec la Poste.

Tout en main avec le nouveau centre clientèle

En tant que client commercial, toute la palette des services en ligne de la Poste est à votre disposition dans le nouveau centre clientèle: depuis le bordereau de dépôt jusqu'à l'outil PromoPost, du suivi des envois jusqu'à WebStamp, et tous les

autres outils que vous appréciez. Très pratique: vous enregistrez vos services en ligne souvent utilisés dans vos favoris et y avez ainsi toujours accès facilement. Vous pouvez désormais également ajouter les documents de votre choix à votre liste de favoris. Si vous ne savez pas vraiment quels services en ligne sont nécessaires pour une tâche, laissez-vous guider vers votre but de manière intuitive dans les groupes thématiques (p. ex. «Expédition et transport» ou «Stockage»).

Un login pour tout

My Post Business et Login Poste seront remplacés. Un login uniformisé vous mènera à votre espace personnel, dans le nouveau centre clientèle. Les fonctions actuelles (désormais services en ligne) de My Post Business et Login Poste sont atteignables via le centre clientèle. Dans votre domaine personnalisé du centre clientèle, un aperçu des services en ligne et des documents de vos favoris vous permettra d'y accéder plus rapidement.

Un grand test pratique pour une exploitation sans problème

Lors du développement du nouvel accès web, la Poste n'a rien laissé au hasard. Elle sait toutefois que lorsque d'innombrables fonctions et des ap-

A partir de juin vos boutiques en ligne seront encore plus efficaces avec la Poste.

plications complexes tournent ensemble, tous les détails ne peuvent pas fonctionner de manière optimale dès le début. C'est pourquoi 500 clients sondent actuellement de manière détaillée les nouvelles pages web et les services en ligne pendant deux mois, pour qu'à partir de juin ils puissent se réjouir d'avoir un www.poste.ch réorganisé et fonctionnant correctement. ■ an

**OFFRE
POUR LES
LECTEURS**

Atelier Poste

Gagnez un séminaire à l'Atelier Poste!

L'expédition par la poste a sa place dans les entreprises suisses de toute taille pour leur travail quotidien. Connaître les bonnes astuces et les prestations peut faire gagner beaucoup de temps.

Qui en sait plus sur la Poste que la Poste elle-même? Pour partager sa connaissance avec ses clientes et ses clients, la plus grande logisticienne de Suisse organise régulièrement des séminaires sous l'appellation «Atelier Poste». Ceux-ci s'adressent aux collaborateurs des services de courrier interne des entreprises qui souhaitent optimiser l'expédition quotidienne par la poste et accélérer les procédures. Chaque séminaire dure une journée. Les séminaires sont proposés en allemand et en français. Pour connaître les lieux et les dates, cliquez sur le lien à la fin de l'article.

Tournés vers la pratique et avantageux à long terme

L'Atelier Poste propose deux cours: le séminaire «La Poste» présente une vue d'ensemble globale des solutions logistiques dédiées à l'envoi de lettres et de colis en Suisse et à l'étranger. Avec le séminaire «La Poste sur PC», vous pourrez approfondir vos connaissances à propos des services en ligne de la Poste et de ses prestations de commande, envoi,

réception, calcul et suivi des envois. Pour chacun de ces séminaires, vous recevrez une documentation exhaustive que vous pourrez compléter au cours du séminaire et qui vous servira de référence ultérieurement.

Chaudement recommandés par les participants

Le feedback sur l'Atelier Poste est éloquent: près de 95 % des participants conseilleraient cette manifestation à leurs collègues. Ils apprécient surtout la spontanéité des intervenants et leur aptitude à réagir immédiatement aux questions et à donner des exemples concrets.

Offre pour les lecteurs: gagnez un bon pour un séminaire

Gagnez l'un des cinq bons pour un séminaire de l'Atelier Poste de votre choix («La Poste» ou «La Poste sur PC») d'une valeur maximale de CHF 279.-, y c. repas de midi et documentation. Il suffit de remplir la carte-réponse et de la retourner avant le 20 avril 2015. Les gagnants seront informés par écrit. Le tirage au sort ne donnera lieu à aucune correspondance. Tout recours juridique est exclu. ■ Is

www.poste.ch/ateliers-poste

Atelier Poste – détails

Séminaire «La Poste»

CHF 239.-
deuxième personne de la même
entreprise CHF 189.-

Séminaire «La Poste sur PC»

CHF 279.-
deuxième personne de la même
entreprise CHF 229.-

Le repas de midi et les documents sont compris dans le prix. Ces deux séminaires durent une journée et sont proposés en Suisse alémanique et en Romandie.