

LE MAGAZINE POUR NOS CLIENTS COMMERCIAUX

INFO POSTE

AVRIL 2016



Offre complète pour l'e-commerce

Pour votre réussite dans
le commerce en ligne

Page 4

nettoSHOP.ch

Comment acquérir des
clients en ligne grâce
aux publipostages

Page 6

LAPOSTE 

Dynamique jaune.

Facturation des prestations postales

Nouvelle mise en page et analyse en ligne

La Poste a optimisé la mise en page de ses factures. Dès maintenant, vous profitez d'une transparence accrue et de nouvelles possibilités d'analyse en ligne.

La vue d'ensemble des prestations obtenues auprès de la Poste est encore plus simple. La première page vous donne une vue d'ensemble de l'essentiel: le total des produits et prestations

perçus, les préparations réalisés et le montant de la facture sont immédiatement visibles. Le justificatif détaillé est ensuite disponible sur les pages suivantes. De nombreuses nouveautés apportent ici plus de transparence et améliorent la lisibilité, comme les informations produit supplémentaires, les quantités déclarées, le rabais par bordereau de dépôt et d'autres informations complémentaires. ■ an

Pratique et en ligne

Connectez-vous sur poste.ch, lancez la «Consultation des factures» et vous pouvez dès à présent trouver une multitude d'options d'analyse au format PDF et Excel. L'attribution à vos centres de coûts est plus simple que jamais, hors ligne ou en ligne.

poste.ch/facture

«Nicolas – Prix Carte de Noël»

Désignation des meilleures cartes de vœux

Fin 2015, 176 entreprises avaient soumis leurs créations pour remporter le prix des meilleures cartes de vœux «Nicolas – Prix Carte de Noël». Trois d'entre elles ont fêté leur victoire en janvier 2016: l'Office de l'économie et du travail du canton d'Appenzell Rhodes-Extérieures à Herisau s'est démarqué dans la catégorie «La plus belle», la société Hieronymus SA de Zurich a remporté le prix de la carte «La plus appropriée» et Birkhäuser+GBC AG de Reinach a convaincu le jury avec sa carte classée «La plus originale». Cela fait déjà la troisième année que la Poste récompense les meilleures cartes de Noël et de Nouvel-An par le prix «Nicolas – Prix Carte de Noël». ■ an

Plus d'informations et photos des cartes gagnantes: poste.ch/nicolas



Impressum

Edition: Poste CH SA, Wankdorfallee 4, 3030 Berne | infoposte@poste.ch, poste.ch/infoposte
 Rédaction: Poste CH SA: Felix Wiesendanger (fw) | Conception, réalisation: Polyconsult AG, Berne
 BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) | Lukas Schmid, texte et conception: Lukas Schmid (ls)
 Impression: Stämpfli SA, Berne | Changements d'adresse: infoposte@poste.ch | Parution trimestrielle. Sous réserve de modifications.



MIXTE
 Papier issu de sources responsables
FSC® C005019

Droit au but en diminuant les pertes de diffusion

Le Quick Calculator de PromoPost a fait peau neuve: il vous permet désormais de planifier l'expédition de vos envois non adressés de manière encore plus simple et ciblée. Vous maîtrisez parfaitement le rayon de diffusion et les coûts.

Le Quick Calculator permet de calculer la quantité et le prix indicatif d'envois non adressés simplement et en ligne. L'instrument de planification pratique a fait l'objet d'une refonte complète et se présente désormais sous un nouveau look avec des fonctions étendues. Le Quick Calculator permet par exemple une sélection du rayon en fonction du temps de trajet ou de la distance. Vous pouvez ainsi délimiter facilement le rayon de diffusion de votre publipostage en indiquant une distance ou un temps de trajet maximal du domicile de votre clientèle à votre commerce.

Planification et budgétisation futées

Le Quick Calculator vous permet une planification efficace, une maîtrise du budget et des quantités et une approche ciblée de votre groupe

cible. En bref: les coûts peuvent être calculés aisément avant de lancer l'ordre PromoPost. Les utilisateurs inscrits du PromoPost Manager peuvent de plus profiter de critères de sélection sociodémographiques et ainsi réduire encore les pertes de diffusion.

Au fait: la gestion et la saisie des ordres du PromoPost Manager seront aussi remaniées d'ici l'automne 2016 et vous surprendront avec de nouvelles fonctions. ■ an

poste.ch/promopost



Calcul du rayon à l'aide du Quick Calculator.

Constance des performances pour la clientèle



Diligence et fiabilité au quotidien.

En 2015, 97,8% des lettres en courrier A et 98,9% des lettres en courrier B ont été distribuées ponctuellement. Pour les colis, 97,5% de tous les envois PostPac Priority et 97,5% des envois PostPac Economy ont été livrés à temps. Forte de cette ponctualité, la Poste dépasse non seulement les strictes prescriptions légales, mais elle fait aussi partie des meilleurs prestataires au monde. La Poste fait contrôler chaque année les durées d'acheminement des lettres et des colis par des instituts indépendants. ■ an

Offre complète pour l'e-commerce

Réussir dans le commerce en ligne

Les chiffres d'affaires générés par le commerce en ligne augmentent chaque année et les besoins des clients évoluent en continu. La Poste propose aux commerçants en ligne des solutions d'un seul tenant, de la commercialisation à la logistique en passant par la commande.

Les clients des boutiques en ligne souhaitent recevoir leur commande rapidement et aisément, la payer facilement et la renvoyer sans complication si elle ne leur convient pas. Pour prospérer durablement dans le secteur de l'e-commerce, il faut comprendre les besoins des clients et leur proposer des solutions qui comblent, voire surpassent leurs attentes.

La Poste est le seul prestataire suisse à disposer de solutions tout au long de la chaîne de valeur de l'e-commerce. Peu importe qu'une entreprise confie à la Poste l'ensemble des activités de sa boutique en ligne ou seulement certains services: à la Poste, les clients ont tout d'un seul tenant. ■ fw



Commercialisation

Une commercialisation professionnelle permet aux boutiques en ligne d'obtenir une hausse de la fréquentation et des taux de conclusion plus élevés. La Poste aide les commerçants en ligne en leur proposant des services qui ont fait leurs preuves dans le marketing direct, le marketing électronique (SEO, réseaux sociaux, etc.) et la gestion de la relation client (CRM).



Commande

La convivialité de la boutique en ligne, la simplicité de la commande et différentes options de distribution sont aujourd'hui impératives pour un succès durable. La Poste apporte son concours pour l'élaboration de boutiques en ligne, le traitement des commandes (e-mail, téléphone, coupons, etc.) et l'intégration d'options de distribution orientées client (distribution le soir et le samedi, PickPost, My Post 24, etc.).



Paiement

Un système de paiement sécurisé fonctionnant correctement est le moteur de l'e-commerce. La Poste intègre les différentes solutions de paiement sécurisées hors ligne (paiement sur facture) et en ligne de PostFinance au site marchand et assure toute la gestion des débiteurs.



Logistique

Du stockage, en passant par la préparation des commandes et des colis, jusqu'à l'envoi, même à l'étranger: la Poste a la solution. Par exemple avec YellowCube, la solution logistique d'e-commerce de dernière génération.



Suivi des clients

Les clients satisfaits deviennent des clients réguliers. C'est pourquoi la Poste accompagne les clients avec professionnalisme via son service à la clientèle (téléphone, e-mail, réseaux sociaux, etc.) et son traitement des retours. Elle se charge de l'ensemble des processus: acheminement des retours, examen des marchandises, remise en stock et extourne.



Services IT

Sans informatique, rien ne va plus. L'assistance de la Poste couvre l'ensemble des besoins informatiques et garantit un processus d'e-commerce sûr.

poste.ch/e-commerce

Les bases de l'e-commerce

Soyez prêts pour l'e-commerce. Les principaux faits et chiffres pour vous lancer dans le commerce en ligne.

poste.ch/e-commerce/1x1



Offres de séminaire

Marketing direct: toujours un temps d'avance

Profitez des séminaires sur le marketing direct de la Poste pour bien réussir vos activités de MD. Penchez-vous sur les tendances actuelles et des thèmes classiques du MD à l'occasion de formations d'un ou deux jours animées par des intervenants compétents axés sur la pratique. Commandez aujourd'hui le programme de séminaires actuel pour le premier semestre 2016. Découvrez de passionnantes nouveautés, telles que des séminaires sur la planification média, le marketing de contenu, le blogging ou les nouveaux séminaires «savoir-faire express». Tous les séminaires ont lieu en langue allemande. ■ an

post.ch/dm-seminare

TWINT

La réponse à la tendance du paiement mobile



TWINT est une solution de paiement mobile pour smartphone ou tablette. Cette appli de la filiale du même nom de PostFinance permet pour la première fois de payer sans espèces et sur tous les canaux en Suisse. De plus en plus de commerces permettent le paiement par smartphone. TWINT est aussi pratique pour vos clients.

Le paiement mobile est tendance. Les consommateurs modernes apprécient le paiement confortable et rapide par smartphone et profitent des avantages du porte-monnaie numérique. La solution de TWINT offre la possibilité de transférer de l'argent à des amis en plus du paiement sans espèces. Il est dès aujourd'hui possible d'enregistrer des cartes client dans l'appli TWINT qui peuvent ensuite être directement intégrées au processus de paiement.

Des frais de transaction imbattables

Vous êtes vendeur? TWINT vous déroule le tapis rouge. A l'inverse des solutions de paiement par carte de crédit, TWINT est nettement plus économique et ne génère pas de frais élevés. Vous pouvez aussi renoncer à d'onéreux terminaux de paiement par carte. L'encaissement est facile: soit via le beacon TWINT directement avec votre caisse ou avec l'appli pour commerçants TWINT sur smartphone ou sur tablette. TWINT peut être intégré sans peine à votre boutique en ligne ou votre appli.

TWINT, générateur de chiffre d'affaires

L'appli de paiement futée vous servira bientôt aussi d'outil de marketing qui vous permettra de créer vos propres campagnes mobiles. Vos clients pourront ainsi bénéficier via TWINT d'une carte de fidélité numérique, de la réception de coupons ou d'invitations à vos événements. D'importants détaillants comme Coop ou des établissements de restauration comme SV et Autogrill misent dès aujourd'hui sur TWINT. Profitez aussi prochainement de nombreux avantages. L'inscription se fait tout simplement en ligne et de manière entièrement numérique. ■ an



Simple comme bonjour

Ouvrir l'appli TWINT, approcher le smartphone de la station, vérifier le montant, appuyer sur «OK» et l'achat est réglé. Le paiement dans une boutique en ligne est tout aussi rapide.

Visionner la vidéo d'explication

Pour la clientèle privée: Pour la clientèle commerciale:



twint.ch/fr/clients-commerciaux



Service de montage

Service jusqu'à la salle de séjour

Les collaborateurs du service de montage de la Poste livrent non seulement vos articles à domicile mais assurent aussi leur montage correct et leur mise en service. Les clients sont ravis et vous pouvez renoncer à votre propre parc de véhicules.

Qu'il s'agisse de meubles, de téléviseurs, de congélateurs, de barbecues ou d'appareils de fitness: des collaborateurs de la Poste spécialement formés livrent les articles à l'endroit voulu chez le client, les débloquent, les installent, les contrôlent et expliquent leur fonctionnement au client. L'élimination des emballages et des anciens appareils fait partie du service.

Une plus-value pour les clients et les fournisseurs

Soignez votre réputation avec le service de montage. Vous vous positionnez comme un fournisseur qui n'est pas qu'un vendeur et attirez les sympathies. Vous pouvez en outre renoncer à votre propre parc de véhicules, vous ne payez que les prestations fournies et vous vous affranchissez des frais fixes. Vous pouvez ainsi vous consacrer pleinement à votre cœur de métier. ■ an

Pour améliorer votre capital sympathie: le service de montage de la Poste.

poste.ch/service-de-montage

A man with short brown hair, wearing a grey tweed jacket over a light blue button-down shirt, stands in a retail environment. He is smiling and looking towards the camera. His right hand is resting on a white Bosch washing machine. In the background, a large black sign with the word 'nettoSHOP' in white is visible. The setting appears to be a modern retail store with red and black accents.

«La publicité sur papier
constitue une importante
passerelle jusqu'à nous.»

Thomas Emler, responsable vente B2C chez nettoSHOP.ch

nettoSHOP.ch

«Nos publipostages nous permettent d'acquérir de nombreux clients sans expérience des achats en ligne.»

nettoSHOP.ch est le principal fournisseur en ligne de produits électroménagers de Suisse. Les publipostages sur papier contribuent largement au succès dans le monde numérique.

De la brosse à dents à ultrasons au lave-linge en passant par l'aspirateur: la gamme de produits de nettoSHOP.ch compte plus de 17 000 articles. Le chiffre d'affaires généré en fait l'une des dix plus importantes boutiques en ligne de Suisse. Thomas Emler, responsable vente B2C, nous révèle la recette du succès de ce leader à la croissance très rapide.

Monsieur Emler, qu'est-ce que nettoSHOP.ch fait mieux que la concurrence?

Nous ne sommes pas qu'une boutique en ligne, nous sommes des vendeurs spécialisés. Nous proposons non seulement des prix intéressants, mais aussi un service de pro. Suite à l'achat d'un lave-linge, ce dernier est non seulement livré par nos collaborateurs mais aussi installé. Nous proposons aussi une assistance compétente auprès de notre contact center par des collaborateurs formés et provenant du commerce de détail.

Vous faites la promotion de vos produits et services à l'aide de flyers. Plutôt inhabituel pour une boutique en ligne.

Les publipostages occupent une importante place dans notre mix de communication, bien qu'ils génèrent plus de charges de production et de distribution que la publicité en ligne. Et ce pour de bonnes raisons: les flyers nous permettent d'aborder des clients qui ne sont pas forcément habitués à faire leurs achats en ligne et nous les y invitons. La publicité sur papier

constitue une importante passerelle jusqu'à nous, notamment pour les clients qui achètent leurs appareils auprès de commerces spécialisés stationnaires.

Vos flyers sont tirés à deux millions d'exemplaires. Comment les distribuez-vous?

Nous les envoyons plusieurs fois par an sous forme d'encarts dans Coopération ou sous forme de publipostages PromoPost sans adresse distribués à tous les ménages de Suisse alémanique.

Il s'agit donc d'un envoi adressé avec la revue Coopération et non adressé via PromoPost?

Tout à fait. Nous atteignons ainsi nos groupes cibles de manière optimale, car notre flyer dans Coopération permet d'atteindre aussi des clients qui ne reçoivent aucune publicité.

Quelle importance occupe la Poste pour vous?

Une très grande. Ses spécialistes nous ont aidé à élaborer la solution PromoPost, ont procédé à une analyse du potentiel et nous ont suggéré des domaines d'intervention. L'exécution des ordres et l'expédition sont irréprochables. La Poste nous aide aussi à expédier nos marchandises. Les jours de pointe, nous envoyons jusqu'à 2000 colis. Depuis peu, nous proposons aussi la livraison d'articles à des points de retrait PickPost. ■

nettoSHOP.ch/fr

Logistique des colis

Cadences soutenues dans l'e-commerce: la Poste suit



La Poste – un partenaire fiable dans le commerce en ligne.

Le commerce en ligne est en plein essor. Toujours plus de clients achètent d'un clic et se font livrer leurs achats par colis. La Poste affronte ces défis et offre une qualité optimale ainsi qu'un grand confort aux expéditeurs et aux destinataires.

Commande passée aujourd'hui, distribuée le lendemain: une évidence pour de nombreux clients de l'e-commerce. Et un devoir pour les commerçants en ligne qui s'efforcent de satisfaire ces exigences élevées en termes de rapidité de livraison. Un commerçant trop lent est vite oublié par ses clients. La Poste observe précisément l'évolution des habitudes de la clientèle et développe des solutions modernes qui satisfont les exigences de l'ère du commerce en ligne.

Performances optimisées pour plus de colis

En 2015, la Poste a à nouveau battu le record de colis distribués, soit 115 millions d'envois. Lors des pics de trafic, comme avant Noël, plus d'un million de colis sont traités chaque jour dans les centres colis. La proportion de colis Priority (distribution le jour suivant) étant toujours plus importante, la réduction constante de la durée de traitement s'ajoute à la hausse permanente des volumes. Afin de préserver son haut niveau de qualité de traitement et de distribution, la Poste investit 60 millions de

francs dans l'extension des installations de tri de ses trois centres colis et augmente ainsi ses capacités de 25%. Les installations de tri supplémentaires sont déjà en service aux centres colis de Härkingen et de Frauenfeld et les travaux d'extension au centre colis de Dailens prendront fin à l'automne 2016.

Offres flexibles et adaptées à l'e-commerce

La Poste se concentre sur l'e-commerce, non seulement dans le traitement des colis, mais aussi par l'élaboration de nouvelles prestations. Les clients peuvent ainsi demander une deuxième présentation le soir s'ils ont raté la première distribution ou encore profiter d'un accès uniforme dans les boutiques en lignes ayant intégré le Login Post Connector: les clients s'enregistrent une seule fois avec un nom d'utilisateur et un mot de passe dans le Centre clientèle de la Poste. Ce login général leur permet de se connecter et de passer des commandes auprès de toutes les boutiques en ligne, ce qui supprime la saisie répétée et pénible des données personnelles et des adresses de livraison. Au cours de cette année, les clients pourront même gérer en ligne la réception des colis et définir ainsi où le colis doit être livré via «Mes envois» dans le Centre clientèle sur le site web de la Poste. ■ an

poste.ch/monde-colis

Simplement proche – la Poste

L'accès à la Poste est simple dans toute la Suisse – sur ses nombreux sites tout comme sur Internet ou via mobile. Elle est exactement là où ses clients ont besoin d'elle: au bon moment et avec l'offre adéquate. La Poste a créé ces dernières années de nouvelles alternatives aux offices de poste traditionnels et accompagne ainsi la mobilité et la numérisation de la société.



Offices de poste

- Assortiment postal complet et articles de marque
- Retrait d'argent liquide, ouvertures de compte et demandes de carte de crédit PostFinance



Agences postales

- Dépôt et retrait de lettres et de colis
- Achat de timbres-poste
- PostFinance: retrait d'argent liquide et versements sans espèces pour la Suisse



Points de dépôt clientèle commerciale

- Présents dans les zones commerciales et industrielles pour le dépôt de volumes d'envois moyens à importants
- Variante: points self-service pour le dépôt d'envois



Service à domicile

Exécution des opérations postales les plus courantes sur le pas de la porte, p.ex. dépôt de lettres et de colis, versements et commande de timbres-poste.



Boîtes aux lettres

Dépôt jour et nuit des lettres dans une boîte aux lettres de la Poste.



My Post 24

Retrait et dépôt jour et nuit de colis et de lettres recommandées à un automate My Post 24.



PickPost

Retrait de colis et de lettres recommandées et expédition de colis à l'un des quelque 2400 points PickPost de toute la Suisse: à un office de poste, à une agence postale ou un point tiers, comme les gares CFF, les stations-service, etc.



pick@home

Prise en charge de colis à domicile ou à une adresse quelconque. La Post-App permet de gérer les ordres de prise en charge en déplacement.



poste.ch

Informations et services en ligne facilitant le traitement d'opérations postales. Au bureau, à la maison avec le PC et la tablette ou en déplacement avec le smartphone.



postshop.ch

La boutique en ligne de la Poste contenant un vaste assortiment de produits postaux et d'articles de marque. Livraison gratuite en Suisse et au Liechtenstein d'ordinaire dans les 48 heures. ■ fw

Entreprises Particuliers

poste.ch/points-d-accés

Particulièrement intéressant pour les commerçants en ligne

Les boutiques en ligne qui intègrent le Login Post Connector offrent à leurs clients un accès uniforme et des options de distribution pratiques comme PickPost, My Post 24 ou la distribution le soir et le samedi, ce qui simplifie l'achat en ligne et la réception des articles commandés. Ces avantages concurrentiels permettent aux boutiques en ligne de se démarquer de leurs concurrents.

poste.ch/login-post-connector



E-logistics

La logistique intelligente

Les interfaces électroniques et les Webservices rendent votre logistique intelligente: ils simplifient et automatisent les processus d'expédition tout en améliorant l'efficacité de votre travail, ce qui se traduit par un gain de temps et d'argent.

Le recours à l'e-logistics, autrement dit aux interfaces électroniques et aux Webservices, vous permet de bénéficier d'un avantage bienvenu par rapport aux concurrents qui n'utilisent pas ces offres. Le principe est simple: un flux de données sans rupture et sécurisé sur toute la chaîne de livraison améliore l'efficacité de votre processus d'expédition, élimine les sources d'erreurs et garantit une grande transparence. Vous savez à tout moment où se trouvent vos envois.

Les solutions e-logistics de la Poste optimisent les processus entre vous, vos clients et la Poste. Le résultat est convaincant: vos processus internes fonctionnent de manière irréprochable et votre expédition est presque entièrement automatisée.

Les interfaces avec la Poste vous permettent aussi de toujours disposer de la dernière offre de la Poste dans votre système. Un flux d'informations optimal simplifie la gestion des retours et ravit aussi vos clients: ils ont alors le choix des options de livraison et peuvent connaître à toute heure le statut de leurs envois.

DataTransfer accélère votre expédition

L'interface électronique pour l'échange de données sécurisé entre votre entreprise et la Poste s'appelle DataTransfer. Cette solution est idéale pour d'importants volumes de lettres: les données des envois peuvent être transmises de manière efficace, la Poste vous délivrant automatiquement le bulletin de livraison et/ou le bordereau de dépôt. Vous pouvez consulter chaque jour vos rapports d'expédition et les traiter dans vos applications IT.

DataTransfer permet aussi un transfert rapide et confortable des données des envois pour vos expéditions de colis. Le système complète automatiquement les adresses par des données de traitement et de distribution et les met à votre disposition. A l'aide de ces informations, la Poste peut par exemple informer vos clients du statut de livraison par e-mail ou SMS.

Intégration de prestations de la Poste à votre infrastructure IT grâce aux Webservices

Divers Webservices vous permettent d'intégrer directement les prestations de la Poste à votre infrastructure informatique. Vos processus d'expédition sont ainsi simplifiés de manière significative:

Webservice «Code à barres»

Imprimez automatiquement des étiquettes-adresse avec code à barres intégré ou intégrez ce dernier à votre bulletin de livraison. Vous bénéficiez ainsi d'une optimisation de vos processus d'expédition et réalisez un gain de temps et d'argent.

Webservice «Suivi des envois»

Intégrez le suivi des envois directement à vos systèmes et votre site web ou incluez ce service dans votre boutique en ligne. Vous et vos clients peuvent ainsi connaître à tout moment le statut d'un envoi.

Webservice «PickPost et My Post 24»

Ajoutez deux offres flexibles à vos options de livraison: permettez à vos clients de venir retirer leur colis là et quand ils le souhaitent. Le Webservice «PickPost et My Post 24» est directement intégrable à votre boutique en ligne.

La Poste vous conseille volontiers au sujet de DataTransfer et des Webservices et vous offre une assistance technique. ■ an

poste.ch/e-logistics



Moins de travail lors de l'expédition à l'aide d'étiquettes-adresse avec code à barres.

Publipostages papier: des avantages clairs

Deux nouvelles études prouvent que les publipostages papier continuent d'attirer l'attention à l'ère de la communication numérique et que les entreprises y investissent une grande partie de leurs budgets publicitaires.

42,6%

des budgets de marketing sont en moyenne investis dans le marketing de dialogue.

33,4%

Les envois papier sont en **première position** dans les budgets de dialogue des donneurs d'ordre.

Source: étude sur le marketing de dialogue en Suisse 2015 de l'association suisse de marketing direct (SDV).

Les publipostages papier attirent l'attention, car ils interpellent les sens et par rapport aux autres médias, la créativité y est illimitée. Le marketing de dialogue moderne est interactif, personnel et mesurable. Les publipostages papier ont aussi un autre avantage: leur effet se déploie dans un environnement familier, à la maison ou au bureau.

Le marketing de dialogue constitue un important élément de la communication des entreprises, comme le démontrent les budgets publicitaires: une certaine tendance à la numérisation apparaît, mais les principales dépenses restent en faveur des envois papier, comme le démontrent des études. Ces mesures sont planifiées et réalisées en grande partie par les entreprises elles-mêmes.

Etude REMP: la lettre publicitaire, une source d'impulsions d'achat

Depuis 15 ans, l'étude MA Strategy, réalisée par REMP Recherches et études des médias publicitaires, permet une comparaison des utilisateurs pour de nombreux canaux publicitaires. En 2014, le canal publicitaire Direct Mail a été intégré pour la première fois à l'étude et a suscité l'étonnement: 25% des dépenses publicitaires suisses sont affectées aux publipostages papier. Les lettres publicitaires sont très efficaces en termes d'influence positive de la perception et de déclenchement d'impulsions d'achat.

SDV: un tiers des dépenses de MD consacrées aux publipostages papier

Réunissant près de 103 donneurs d'ordres et 97 prestataires de services interrogés sur leurs activités de marketing de dialogue, la nouvelle étude sur le marketing de dialogue en Suisse 2015 de l'association suisse de marketing direct (SDV) démontre l'importance de la communication directe. L'étude démontre que près de la moitié du budget marketing est investi dans le marketing de dialogue. Les donneurs d'ordre investissent de plus un tiers de ces fonds dans les envois papier. ■ Is

poste.ch/directpoint
sdv-dialogmarketing.ch

Publipostages professionnels grâce au Mailing-Guide avec configurateur en ligne

Une lettre publicitaire doit être bien préparée. Le Mailing-Guide de la Poste vous accompagne en neuf étapes au fil du processus et vous aide pour le travail de conception. Le configurateur de publipostage est un instrument central du service en ligne: à partir de vos indications, il génère un concept de publipostage prêt à l'emploi. Essayez-le, le Mailing-Guide est gratuit!

poste.ch/ mailing-guide

Salon du marketing de dialogue 2016

Le bon mélange fait la différence

«Une passerelle vers vos clients. Les canaux physiques et numériques qui mènent au succès.» C'est sous ce mot d'ordre que la Poste ouvre son stand au salon du marketing de dialogue. De nombreuses offres d'e-commerce et de marketing direct doivent lui permettre de démontrer pourquoi l'association de mesures hors ligne et en ligne est aussi réussie.

Le salon professionnel consacré au secteur du marketing de dialogue en Suisse a lieu du 13 au 14 avril 2016 à la «Messe Zürich» à Zurich Oerlikon. La Poste y occupe le stand G.07 de plus de 400 m² dans la halle 2. ■ Is

post.ch/dmm



Deux disciplines qui se marient à merveille.

**OFFRE
POUR LES
LECTEURS**

PostCard Creator

Créer et envoyer des publipostages par carte postale: un jeu d'enfant

Créer des publipostages par carte postale et des flyers professionnels sans connaissances préalables, voilà ce que vous pouvez faire avec PostCard Creator. Essayez de remporter l'un des 30 publipostages de 100 cartes mis en jeu, d'une valeur de 250 francs chacun.

Créez vous-même vos publipostages par carte postale grâce à PostCard Creator, votre propre instrument de design. Vous pouvez mettre en page votre courrier publicitaire et charger la Poste de son impression et de son envoi en quelques clics.

«Création maison», telle est la devise

Laissez libre cours à votre inspiration: le service en ligne PostCard Creator est simple d'utilisation et à tout moment disponible. Vous avez le choix entre de nombreux formats de carte postale, vous pouvez télécharger vos propres sujets

et placer votre message. Plus besoin d'écrire l'adresse à la main ou d'utiliser des étiquettes adhésives: une fois la mise en page réalisée, téléchargez votre fichier d'adresses et la Poste se charge de l'impression et de l'expédition des cartes.

Petit investissement, grand profit

Quantités minimales? Chez nous, ça n'existe pas! Avec PostCard Creator, vous pouvez même créer votre message publicitaire, le faire imprimer et expédier pour un seul exemplaire. Trois jours après la remise de l'ordre, les cartes sont prêtes à l'envoi et si vous êtes pressé, l'option de commande express permet de les envoyer le jour même. ■ Is

poste.ch/postcardcreator

30 publipostages par carte postale de 100 cartes à remporter

La Poste met en jeu 30 publipostages de 100 cartes d'une valeur de CHF 250.- chacun. Remplissez la carte-réponse ci-jointe et renvoyez-la avant le 15 avril 2016. Nous vous souhaitons bonne chance et beaucoup de plaisir dans la création de vos propres cartes postales publicitaires!

Les gagnants seront informés par écrit. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du concours. Tout recours juridique est exclu.

