

INFO POSTE

JUILLET 2014



My Post 24

La solution 24h/24
pour les colis

Page 3

E-commerce

Solutions de logistique
globales pour les PME

Page 5

LA POSTE 

Dynamique jaune.

Tool PromoPost

PromoPost: efficacité publicitaire

**Vous envoyez régulièrement des publipo-
stages non adressés? Le tool PromoPost
représente pour vous un outil en ligne
pratique pour la planification et la remise
d'un ordre, qui dispose de fonctions
avancées depuis le 1^{er} avril.**

Vous aimeriez utiliser différents contenus en fonction des régions pour vos prochains flyers? Le nom de la filiale la plus proche doit-il par exemple figurer sur les flyers distribués dans une localité et être adapté en fonction de celle-ci? Aucun problème, c'est désormais possible grâce à un seul ordre dans le tool PromoPost. L'ordre avec sortes d'envois est utilisé lorsqu'un moyen publicitaire qui varie en fonction de la région est utilisé. Les avantages: vous gagnez du temps et le regroupement en un ordre unique diminue le risque de confusion.



Actualisation mensuelle des chiffres de diffusion

Depuis mi-avril, les chiffres de diffusion utilisés dans le tool PromoPost ne sont plus mis à jour deux fois par an mais une fois par mois et sont mis en ligne le deuxième week-end du mois. Les chiffres de diffusion mis à jour permettent des promotions encore plus précises et garantissent

une couverture totale du groupe cible. Pas de souci: inutile de recalculer vos offres et prix d'envoi, les chiffres de diffusion sont mis à jour en continu. ■ Is

www.poste.ch/promoposttool

Offre multicanal PromoPost et affiches

Combinaison idéale d'un seul tenant: flyers et affiches

La Poste a conçu un paquet prometteur et combine deux moyens publicitaires dont l'efficacité individuelle n'est déjà plus à prouver.

Il a été prouvé que la publicité est plus efficace si les informations sont communiquées via différents médias. La combinaison d'une opération de publipo-
stages et d'affiches améliore donc l'efficacité de votre campagne et lui assure une attention particulière. La nouvelle offre multicanal

«PromoPost et affiches» de la Poste vous permet de lancer des campagnes publicitaires efficaces, même avec un budget réduit.

Un interlocuteur

La combinaison des deux médias facilite votre commande: votre campagne combinée d'envoi de flyers et de pose d'affiches est gérée par un seul interlocuteur qui s'occupe de tout. Pour traiter vos campagnes d'affichage, la Poste coopère avec un spécialiste suisse de la publicité exté-

rieure. Un chiffre d'affaires PromoPost minimum de CHF 10 000.– doit être atteint pour pouvoir réserver la même somme d'affiches. Cela correspond à environ 25 à 35 affiches (et donc environ 650 000 à 910 000 contacts potentiels), pose et impression comprises. ■ Is

**Pour tout complément d'information, appelez
Direct Marketing Services, tél. 058 386 21 21.**

Impressum

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

Rédaction: Poste CH SA: Jasmin Batt (jb) | Conception, réalisation: Polyconsult AG, Berne

BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) | Lukas Schmid, Text & Konzept: Lukas Schmid (ls)

Poste CH SA: Manuel Ackermann (ma) | Impression: Stämpfli Publications SA, Berne | Changements d'adresse: fax 058 667 33 28

Parution trimestrielle. Sous réserve de modifications.



MIXTE
Papier issu de
sources responsables
FSC® C005019

Un guichet des colis toujours ouvert



My Post 24 permet aux clients de recevoir leur colis de manière ponctuelle, même s'ils ne sont pas à la maison pendant les horaires de distribution postale ordinaires.

Neuf actifs suisses sur dix sont des pendulaires. Leur domicile est souvent éloigné du lieu de travail et les horaires de travail irréguliers évincent toujours plus les horaires fixes. La Poste s'adapte en continu à ces tendances de la société, par exemple par des horaires de distribution flexibles. Les colis sont distribués aussi le soir et le samedi ou peuvent être retirés à une station d'essence. Mais il manquait encore une véritable offre disponible 24h/24. Cette lacune a été comblée: depuis décembre 2013, il est possible de déposer, retirer et retourner des colis 24h/24 sur différents sites de Suisse. La nouvelle offre s'appelle My Post 24 et est d'ores et déjà disponible sur 18 sites dans toute la Suisse.

Plus de possibilités pour vos clients

Vous pouvez proposer My Post 24 en tant que client commercial en intégrant cette option sur votre boutique en ligne. Vos clients ont seulement besoin d'un login de la Poste et ils peuvent ensuite vous indiquer l'adresse de l'automate correspondant comme adresse du destinataire. My Post 24 ressemble à un casier à bagages et est équipé d'un terminal de commande avec écran intégré. Une fois que le colis est disponible, le destinataire reçoit un e-mail et/ou un SMS. Le nom d'utilisateur et le mot de passe sont saisis à l'écran et le colis peut être aussitôt retiré. La procédure est la même pour déposer ou retourner un colis: saisir les informations, déposer le colis, fermer la porte, terminé! ■ ls

www.poste.ch/mypost24



Courrier A non adressé

L'envoi à large diffusion le plus rapide de Suisse

Informez rapidement et à large échelle: les entreprises et autorités misent avantagement sur le Courrier A non adressé de la Poste.

Dépôt jusqu'à la fermeture des guichets à chaque office de poste, distribution auprès de votre groupe cible le jour suivant (lundi à vendredi): peu importe que vous souhaitiez envoyer rapidement un publipostage commercial ou des informations officielles, la prestation de diffusion à

large échelle la plus rapide de Suisse distribue vos communications en temps voulu. Si votre envoi a

Distribution auprès de votre groupe cible le jour suivant

un caractère officiel pour informer les destinataires d'une coupure d'électricité par exemple, celui-ci est distribué à tous les ménages et dans

les cases postales de particuliers dans la zone de diffusion. Les envois commerciaux ne sont pas distribués dans les boîtes aux lettres et cases postales de particuliers munies d'un autocollant «Non merci – pas de publicité». Envoyez des publipostages jusqu'au format B5, jusqu'à 5 mm d'épaisseur et 50 g pour seulement 40 centimes par exemplaire. L'envoi en courrier A non adressé est disponible contre paiement en espèces ou contre facture. ■ an

www.poste.ch/cna

Courrier A Plus

Toujours garder l'œil sur votre courrier important

La version supérieure pour vos envois en courrier A avec des contenus précieux et importants: Courrier A Plus vous propose un suivi des envois du dépôt à la distribution ainsi que l'engagement de la responsabilité de la Poste en cas de détérioration du contenu ou de perte de l'envoi.



Votre partenaire commercial a-t-il reçu votre offre à temps? Le précieux cadeau à la clientèle est-il bien arrivé partout? Trouvez facilement une réponse à ces questions. Courrier A Plus permet d'avoir un contrôle total sur vos importants envois de la poste aux lettres: grâce au suivi des envois électronique (Track & Trace), vous gardez à tout moment un œil sur le statut d'envoi, du dépôt à la distribution dans la boîte aux lettres ou la case postale du destinataire. Le suivi affiche aussi les réexpéditions et retours d'envois en cours. La confirmation de dépôt et de distribution de la Poste permet de gagner en clarté.

Rapide, sûr et transparent

Les envois Courrier A Plus sont acheminés à la vitesse du courrier A. Ils sont distribués le jour suivant le dépôt, même le samedi. La Poste répond des dommages jusqu'à concurrence de 100 francs en cas de détérioration ou de perte d'un envoi. L'envoi, dans le respect des limites, de papiers-valeurs ou d'articles de valeur est ainsi avantageux avec Courrier A Plus. Les tarifs de Courrier A Plus sont modérés et clairs: trois échelons tarifaires en fonction du format et du poids, la variante la plus économique coûte CHF 2.40 pour une lettre B5 jusqu'à 250 g.

Simplification de la manipulation

«Envoi de lettres easy» améliore encore l'envoi de lettres avec Courrier A Plus. La Poste facture vos envois en fonction des codes à barres lus au cours du traitement du courrier.

■ an

www.poste.ch/courrier-a-plus

Un clic et chaque envoi est localisable: Courrier A Plus.

Concentrez-vous sur votre idée commerciale. Nous nous chargeons du reste

Il a rarement été aussi simple de créer sa propre entreprise qu'ici et maintenant en Suisse. Vous n'avez besoin ni d'un local onéreux, ni de votre propre flotte de transport et surtout pas d'un entrepôt. Tout ce dont vous avez besoin, c'est d'une bonne idée, une boutique en ligne et un partenaire logistique fiable. Ou souhaitez-vous faire passer votre affaire existante au e-commerce? C'est également possible.

Lors de la création de leur commerce en ligne, de nombreux entrepreneurs décident de tout gérer eux-mêmes, de la boutique en ligne au stockage en passant par le service à la clientèle. Les visiteurs de boutiques en ligne sont cependant toujours plus exigeants et la satisfaction de ces désirs sans aide extérieure devient de plus en plus difficile. Beaucoup de personnes l'ignorent, mais la Poste offre une assistance en matière d'e-commerce à ceux qui en ont besoin. Prenons un exemple fictif pour mieux vous expliquer le fonctionnement de ce service et les possibilités d'externalisation.

Des cordes à sauter qui se vendent comme des petits pains

Peter Gross a retrouvé la forme grâce à un entraînement à la corde à sauter. Il flaire une nouvelle tendance et souhaite vendre des cordes à sauter de sport via sa propre boutique en ligne. Il se fait conseiller par la Poste et opte pour une offre globale avec boutique en ligne, suivi clientèle et marketing direct. Il fait livrer directement les 200 premières cordes à sauter au centre logistique de la Poste à Oftringen où les articles sont entreposés dans l'installation de stockage et de conditionnement qui fait partie de la solution logistique YellowCube. Pour faire connaître sa boutique en ligne, il commande une opération de marketing direct avec imprimés adressés et marketing en ligne dans les canaux correspondants. Il planifie aussi ces mesures en étroite collaboration avec la Poste.

Externalisation fiable des processus logistiques

Dès le premier jour d'ouverture de sa boutique, Peter Gross est ravi: la première commande a été



E-commerce: la Poste propose des solutions globales qui répondent à tous les besoins.

passée. Il faut maintenant réagir vite et Peter Gross peut se détendre: la commande est en effet aussi arrivée au centre logistique d'Oftringen. Un robot va chercher la corde à sauter commandée dans l'installation de stockage et la transporte à la station de conditionnement où un collaborateur l'emballage, ajoute le bulletin de livraison et une brochure, puis met le colis à disposition pour l'expédition. Grâce au conditionnement rapide et ultra-automatisé, les produits de Peter Gross arrivent déjà le jour suivant chez leur destinataire, même en cas de commande tardive.


Premiers succès et l'infrastructure logistique évolue

Les mois suivants montrent que Peter Gross a eu du flair. Toujours plus de revues parlent de l'entraînement à la corde à sauter et il peut com-

mander plusieurs centaines de cordes et même des accessoires. La flexibilité de son partenaire logistique lui permet de couvrir sans problème le besoin supplémentaire en volume de stockage. Peter Gross peut se consacrer entièrement à sa clientèle via son blog, les retours sont en effet également gérés par la Poste. Cet exemple le montre: YellowCube permet notamment aux petites et moyennes sociétés de vente à distance de bénéficier de structures logistiques flexibles et compétitives. Elles peuvent de plus profiter des gains en efficacité que seuls les opérateurs importants peuvent obtenir avec une infrastructure logistique spécifique. ■

www.poste.ch/e-commerce
www.poste.ch/yellowcube



A man in a dark suit, white shirt, and striped tie stands in the middle of a large, empty theater. He is leaning on the blue upholstered seats with his hands. The theater has rows of blue seats with yellow armrests, creating a strong geometric pattern. The lighting is bright, highlighting the man and the texture of the seats.

«Le papier a plus de valeur
que le canal numérique.»

Helmut Bachmann, responsable Marketing et communication, Lucerne Festival

Lucerne Festival

«Nous sommes ravis de l'effet généré par notre publipostage.»

Le Lucerne Festival fait partie des festivals de musique classique les plus renommés au monde. Il attire chaque année plus de 130 000 mélomanes. Ses organisateurs ont recours à de nouvelles méthodes en coopération avec la Poste pour approcher de nouveaux festivaliers.

Anne-Sophie Mutter y était, tout comme l'Orchestre philharmonique de Vienne et de Berlin, Herbert von Karajan et d'innombrables autres grands artistes. Le Lucerne Festival propose en seulement quelques semaines un programme si riche en points forts que ceux-ci sont souvent répartis sur deux années dans les plus grandes salles de concert du monde. Helmut Bachmann, responsable Marketing et communication du festival, a l'intention de faire profiter un public encore plus large de cet événement musical également en Suisse.

M. Bachmann, quels sont vos points forts du festival pour cet été de concerts?

Helmut Bachmann (H.B.): Je suis passionné par l'ensemble du festival! Un concert classique de qualité fait suite à l'autre, c'est unique au monde.

Comment le Lucerne Festival parvient-il à toujours attirer les grands noms au KKL de Lucerne?

H.B.: La popularité de notre festival auprès des artistes s'est développée au fil du temps depuis sa création en 1938. Ils apprécient l'atmosphère particulière du lieu et se sentent bien ici, au bord du lac. L'excellente acoustique du KKL de Lucerne joue aussi un rôle important. Elle contribue beaucoup à ce que nous puissions continuer à profiter de moments magiques.

Des moments que vous aimeriez faire partager à un nouveau groupe de festivaliers.

H.B.: Tout à fait. Nous ne devons pas nous reposer sur nos lauriers et souhaitons donc étendre notre public régulier. Jusqu'à présent, nous missions sur la publicité par affichage et par annonce avec les pertes de dispersion relativement élevées que cela entraîne. C'est pourquoi nous cherchions de nouvelles voies d'approcher de manière ciblée des prospects.

Quelles questions avez-vous posées à la Poste?

H.B.: La question centrale était la suivante: quelle est la meilleure manière d'atteindre des prospects? Nous avons rapidement pris conscience que le courrier postal, et donc le publipostage, convenait le mieux à notre caractère haut de gamme. Le papier a plus de valeur que le canal numérique. Nous avons discuté avec la conseillère de la Poste de la manière dont nous pouvions concevoir de manière intelligente un publipostage d'acquisition de nouveaux festivaliers. Nous connaissons exactement le profil de nos prospects grâce à divers sondages et projets d'étude de marché. L'utilisation de données sociodémographiques et de Sinus Geo Milieus nous a permis de formuler des exigences très claires pour l'achat d'adresses. La conseillère de la Poste a ensuite organisé l'achat d'environ 25 000 adresses sur la base de ces informations: c'était une première pour nous, nous n'avions alors jamais acheté d'adresses.

Etes-vous satisfait des résultats de votre opération?

H.B.: Les réactions à notre publipostage personnalisé sont réjouissantes. Nous affichons un taux de retour de plus de 6%, une excellente valeur. Il convient maintenant d'analyser le niveau de réaction au publipostage des différents publics cibles et d'évaluer leur comportement de réservation. Cela nous permettra d'adapter encore mieux nos activités de publipostage aux besoins de nos prospects. De manière générale, l'expérience a été positive: une publicité ciblée a plus d'impact que le «principe de l'arrosoir». La Poste nous a assisté de manière très compétente. ■ an

www.lucernefestival.ch/fr

SuisseEMEX'14

Perspectives dorées pour vos publipostages



SuisseEMEX'14

Marketing spüren – LiveCom erleben –
Online begreifen
26-28 août 2014
Messe Zürich (Zurich Oerlikon)
www.suisse-emex.ch

Soyez les bienvenus – le salon SuisseEMEX'14 vous réserve ses trésors.

Venez chercher de précieuses suggestions pour un marketing direct réussi au stand de la Poste au salon du marketing SuisseEMEX'14.

«Salle du trésor Marketing direct – l'attention vaut de l'or»: tel est le mot d'ordre du stand de la Poste et de ses partenaires d'exposition. Découvrez pourquoi des publipostages efficaces valent plus que de l'or. La Poste identifie avec vous de nouvelles manières de concevoir des lettres publicitaires qui ne passent pas inaperçues.

Check-up publipostage: votre publipostage examiné par des experts

Amenez votre publipostage au salon. Les spécialistes du marketing direct de la Poste l'examineront gratuitement à l'aide d'outils professionnels. Ils vous expliqueront comment concevoir votre publipostage pour qu'il soit encore plus efficace. Les «action points» vous proposent de plus de participer au grand jeu-concours et de gagner de l'or pur. La Poste et ses partenaires vous réservent en outre d'autres surprises et de passionnantes informations. Venez rendre visite à la Poste au salon SuisseEMEX'14 au stand 3.100 et suivez-nous sur Twitter: www.twitter.com/postesuisse_b2b.

Utilisez le code «EMEX14Post» pour obtenir votre entrée gratuite sous www.suisse-emex.ch.

■ an

Vous trouverez de plus amples informations à propos du stand de la Poste et de ses partenaires sous

www.post.ch/suisse-emex



Baisse des prix

Acheter à distance et en ligne devient encore plus intéressant

Depuis le 1^{er} avril 2014, la Poste applique des prix plus bas pour les retours de la vente par correspondance et les taxes de base pour le dédouanement à l'importation. Les achats à distance et en ligne en Suisse et à l'étranger sont encore plus intéressants.

Le comportement d'achat sur Internet a changé de manière durable. Les articles sont de plus en plus souvent commandés pour être examinés,

Les réductions sont valables pour tous les canaux de dépôt.

dans différentes tailles comme pour les vêtements. Ce qui ne convient pas peut être renvoyé en toute facilité. Depuis le 1^{er} avril, vous pouvez proposer le retour à vos clients à des prix encore plus bas, la Poste a en effet baissé de CHF 1.50 les prix des colis en retour pour la vente par correspondance.

Colis renvoyés avec l'étiquette 99.01

Cette réduction s'applique à tous les colis munis d'une étiquette préimprimée avec un code à barres d'envoi commençant par les chiffres 99.01. Vous pouvez envoyer cette étiquette à votre client avec sa commande. Tous les canaux de dépôt bénéficient de la réduction, à savoir le dépôt avec pick@home, à un automate à colis My Post 24, à un office de poste ou auprès d'une agence postale.

Baisse des taxes de dédouanement pour les envois à l'importation

Outre les colis retournés au vendeur, la taxe de base de dédouanement pour les envois à l'importation baisse de CHF 0.50. Cette taxe est prélevée sur chaque envoi commandé à l'étranger.

La Poste a négocié ces deux réductions de prix avec le Surveillant des prix. ■ Is

«Fusées du 1^{er} Août et allumettes: envoi possible par la Poste?»

Les fusées appartiennent aux matières explosives et leur transport par la Poste est exclu. Les allumettes sont des «matières solides inflammables» et peuvent être envoyées en quantité limitée. La Poste transporte chaque jour des centaines de milliers d'envois, dont des colis contenant des marchandises dangereuses. Vous trouverez sur notre site web les consignes correspondantes et vos possibilités.

www.poste.ch/matieresdangereuses

«Où se trouve le colis de pièces détachées pour mon client?»

Localisez vite votre envoi:

- sur www.poste.ch/suividesenvois → saisir le numéro d'envoi
- en déplacement, sur la Post-App à partir de votre smartphone: → suivi des envois → saisir le numéro d'envoi.

Mailing-Guide

Votre outil en ligne pour des concepts de publipostage efficaces

Tirez le maximum de votre budget publicité: le Mailing-Guide vous aide à définir un concept de publipostage clés en main en 9 étapes.

Rien n'est plus laissé au hasard dans la planification de vos publipostages adressés. Il vous suffit d'ouvrir un nouveau projet dans l'outil en ligne gratuit de la Poste et c'est parti: élaborez facilement et en quelques clics un concept professionnel avec le Mailing-Guide. Enregistrez-le, envoyez-le à vos partenaires en vue de son traitement ou utilisez-le comme une base pour votre prochain projet. Ce concept constitue aussi une base optimale pour vos briefings avec des partenaires externes.

Conseils, astuces et concentré de savoir-faire

Le Mailing-Guide vous propose des informations contextuelles utiles pendant la conception de votre publipostage. Vous pouvez y consulter des conseils, des indications importantes, des exemples pratiques et des listes de contrôle à chaque étape de la conception. Et si vous souhaitez seulement tenter votre chance: participez au tirage au sort et gagnez le nouveau MacBook Pro! ■ an

www.poste.ch/mailling-guide



Une énergie propre générée par des installations de biogaz pour des familles cambodgiennes.



pro clima

Projet de protection du climat au Cambodge et initiative de l'ONU

La solution «pro clima» permet d'expédier un envoi sans impact pour le climat. La Poste investit les suppléments dans des projets certifiés de protection du climat en Suisse et à l'étranger, comme au Cambodge par exemple. En participant à l'initiative sociale et environnementale de l'ONU, elle réaffirme son engagement social.

Le tri et le transport de lettres, colis et marchandises consomment de l'énergie et génèrent des émissions de CO₂. Grâce à «pro clima», l'envoi de la Poste neutre en CO₂, les clients peuvent compenser ces émissions moyennant un petit supplément. Les collaborateurs et les clients commerciaux de la Poste ont choisi en février un nouveau projet de protection du climat dans lequel les fonds sont investis: une partie des suppléments seront versés au profit d'un projet Gold Standard mené au Cambodge et permettant aux familles de construire de petites installations de biogaz qui fournissent un combustible propre pour cuisiner et génèrent du gaz pour l'éclairage. Les problèmes de santé dus aux fumées de cuisson sont ainsi réduits. En outre,

les installations produisent un lisier fertile qui peut être exploité en agriculture. L'utilisation du biogaz dans le cadre de ce projet permet de réduire les émissions de CO₂ d'environ 95 000 tonnes chaque année.

Une partie des suppléments «pro clima» continue d'être versée au projet suisse de protection du climat «Courant écologique de fermes issu d'installations au biogaz».



Courant vert issu de fermes suisses.

Un engagement social mondial

Au début du mois de mars, la Poste a adhéré au Pacte mondial de l'ONU, afin de réaffirmer son engagement social. L'objectif de l'initiative mon-

diale de l'ONU est de promouvoir le développement durable et l'engagement social auprès des entreprises. La Poste s'engage à respecter dix principes universels des domaines des droits humains, des normes du travail, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Depuis de nombreuses années, la Poste adopte une stratégie de protection du climat axée en premier lieu sur la réduction des émissions de CO₂, puis sur l'utilisation des énergies renouvelables et, enfin, sur la compensation des émissions de CO₂. La Poste applique concrètement la stratégie à l'aide de nombreuses mesures: exploitation de scooters électriques, de moteurs au biogaz ou hybrides, optimisation des bâtiments et utilisation d'électricité issue à 100% d'énergies renouvelables d'origine suisse ou de l'énergie solaire produite par les installations des toits des bâtiments de la Poste. ■ ma

Informations complémentaires et inscription à l'envoi «pro clima»:

www.poste.ch/carbone-neutre

Distribution pilotée de vos colis

La Poste distribue vos colis avec précision et flexibilité. Il suffit de coller une instruction de distribution sur votre envoi et nous le distribuons au moment, au lieu et de la manière que vous désirez.

C'est la fin de l'après-midi sur le Plateau. Quelques milliers de colis filent vers l'ouest à bord d'un wagon jaune de la Poste. Pour passer le temps jusqu'à leur arrivée, ils jouent à reconnaître les autocollants. «Hé, tu es une vraie star, tu as un autocollant «Livraison à aviser par téléphone!»», claironne un colis carré à un colis rectangulaire. «Bien sûr!», lui répond celui-ci, «ma destinataire attend avec impatience ses nouvelles bottes tendance. Et toi, qu'est-ce que tu portes? Aha, «Distribuer l'envoi au destinataire directement à l'étage». Tu aimes le confort.» «Hé oui, mon expéditeur gâte ses clients!», explique le colis carré avec fierté.

Un service parfait pour vos clients

Des instructions de distribution précises vous permettent de vous distinguer par votre orientation client. Au total, quatorze variantes différentes sont disponibles (voir encadré) pour vous permettre de satisfaire les besoins et les souhaits de votre clientèle. Vous pouvez définir le lieu souhaité, par exemple la cave pour une livraison de vin, ou une date précise, comme une

date d'anniversaire. Vous pouvez aussi définir les conditions de la distribution: le facteur colis doit par exemple reprendre l'appareil défectueux et l'envoyer à l'atelier en cas de distribution d'un appareil de rechange. Le suivi des envois électronique (Track & Trace) vous permet bien sûr de savoir à tout moment où se trouve votre colis.

Coller l'étiquette et c'est parti

Pour préciser l'instruction de distribution, collez tout simplement l'étiquette correspondante sur le colis. Vous pouvez la commander auprès de votre conseiller à la clientèle de la Poste ou en ligne sur My Post Business. Vous pouvez aussi créer vous-même l'instruction de distribution et l'intégrer à l'étiquette-adresse. Pour savoir comment cela fonctionne, reportez-vous aux instructions «Code à barres pour clients commerciaux», ou demandez conseil à votre conseiller à la clientèle qui vous aidera volontiers. ■ an



Réception de colis à la carte grâce aux instructions de distribution.

Instructions de distribution: variées, précises, orientées clientèle

- Distribuer l'envoi au destinataire directement à l'étage
- Pas dans la boîte auxiliaire; distribution ou avis de retrait
- Livraison à aviser par téléphone
- Déposer dans la boîte auxiliaire ou devant la porte
- Distribuer le contenu; reprendre le box
- Distribution infructueuse: retourner le jour même l'envoi en Priority
- Livraison à une date déterminée; distribution le ...
- Distribuer si tous les envois sont disponibles
- Déposer l'envoi
- Observer les instructions de distribution dans la pochette
- Présenter l'envoi; déposer à la cave
- Prendre la marchandise déposée dans la boîte auxiliaire
- Echange/reprise
- Pas de distribution dans la boîte auxiliaire ou chez le voisin, ni de dépôt à un endroit convenu

**OFFRE
POUR LES
LECTEURS**

Eco PostPac

Gagnez 200 cartons d'envoi Eco!

Distinguez-vous grâce à l'Eco PostPac. A la différence de ses «frères jaunes», les autres modèles PostPac, ce carton d'envoi est produit de manière plus écologique.

Annoncez la couleur en utilisant des emballages moins colorés. Le carton d'envoi Eco contient plus de matériaux recyclés et moins de couleur que les PostPac «normaux». L'envoi de documents ou de marchandises dans un Eco PostPac marron-blanc signale votre souci de préserver les ressources naturelles. Vous pouvez être certain que le destinataire appréciera.

Pratique, sûr, réutilisable

L'Eco PostPac protège efficacement le contenu grâce à ses bords latéraux saillants. La fermeture avant par patte rentrante offre une protection complémentaire et la bande adhésive permet de fermer le colis de manière rapide et

facile. A propos: les destinataires de votre carton d'envoi peuvent le réutiliser, ce qui améliore encore le bilan écologique de ce colis.

Participez et gagnez 200 Eco PostPac!

Nous tirons au sort 3 lots de 200 Eco PostPac d'une valeur de 480 francs chacun parmi nos lecteurs. Participez au concours et assurez-vous une image sympathique auprès de vos clients et partenaires!

Voilà comment faire

Remplissez le coupon-réponse et renvoyez-le d'ici au 31.7.2014. Les gagnants seront avisés par écrit. Le tirage au sort ne donnera lieu à aucune correspondance. Tout recours juridique est exclu. ■ an

Eco PostPac – détails

Dimensions intérieures:	31,5 × 22,5 × 12,5 cm (idéal pour les documents A4 volumineux, les livres, vêtements, etc.)
Dimensions extérieures:	35,5 × 24,5 × 13,0 cm (peut être distribué dans le compartiment annexe)
Poids à vide:	208 g
Prix:	CHF 2.40 (à l'unité; 10% de remise en lot de 10)
Achat:	postshop.ch ou office de poste

