

Info Poste

Le magazine pour nos clients commerciaux

Décembre 2013

LA POSTE 

Coursier Suisse A votre service pendant les fêtes



Point logistique

Savoir-faire et échange pour les professionnels

PostCard Creator

Cartes de vœux en toute simplicité

- 2 ■ Coursier Suisse: **Nous mettons aussi le turbo le soir de Noël**
- 3 ■ Offres et prix 2014: **Optimisation de l'offre de prestations de la Poste**
■ DirectCalendar 2014: **Le moment idéal pour votre publipostage...**
- 4 ■ Distribution avant Noël – les derniers délais de dépôt: **Des cartes de vœux qui arrivent à point nommé**
■ Point logistique: **Même les professionnels y apprennent beaucoup**
- 5 ■ Centres logistiques: **Réseau logistique: des points stratégiques**
- 6 ■ PostCard Creator: **Des cartes de vœux vite faites, bien faites**
■ WebStamp: **Votre timbre-poste personnel**
- 7 ■ E-commerce: **En ligne, hors ligne – un mix marketing optimal**
- 8 ■ Natur Konkret: **«La Poste convient bien à notre conscience écologique.»**
- 9 ■ ÖKK: **«Les publipostages éveillent les émotions!»**
- 10 ■ La Poste sur les médias sociaux: **Un dialogue sans artifice avec la clientèle**
■ Une plateforme pour soutenir les visées internationales des PME:
<https://commerceexterieur.postfinance.ch>
- 11 ■ Sondage sur la satisfaction de la clientèle: **La Poste plébiscitée par les clients commerciaux**
■ PostParc: **Un nouveau centre animé pour Berne**
- 12 ■ Séminaires MD: **Assurez-vous une longueur d'avance!**

Coursier Suisse

Nous mettons aussi le turbo le soir de Noël

Dans toute la Suisse à une vitesse éclair: le Coursier Suisse prend en charge vos envois urgents chez vous et les distribue en un clin d'œil, même le 24 décembre ou la veille du Nouvel-An.

Le Père Noël le plus rapide du pays est disponible avec Coursier Suisse «Standard», «Rapide» et «Turbo». Même vos cadeaux de dernière minute arrivent à temps sous le sapin: Coursier Suisse «Turbo» garantit la livraison de vos envois en 30 minutes seulement. Et ce, dans toutes les grandes agglomérations suisses. Si votre envoi est moins urgent, vous serez évidemment très bien servi avec la vitesse de distribution «Rapide» (60 minutes) ou «Standard» (120 minutes).

Votre hot line Turbo: 0800 888 888

Vous pouvez rester décontracté, même si c'est urgent: vous pouvez activer le coursier le plus rapide de la Poste via www.poste.ch/commande-coursier ou au numéro gratuit 0800 888 888. Peu après, le chauffeur prend en charge l'envoi à votre domicile, l'achemine par le chemin le plus court et dans les délais que vous avez fixés et le livre au destinataire contre signature. Vous pouvez payer confortablement sans argent liquide.

Aperçu «Suivi des envois»

Coursier Suisse informe toutes les parties impliquées de la progression de l'envoi: les destinataires sont informés de l'arrivée d'un envoi par coursier par SMS ou par e-mail, alors que les donneurs d'ordre sont informés dès la distribution réussie de l'envoi. En outre, l'application Internet «Suivi des envois» vous permet de vérifier le statut de votre envoi à tout moment.



Prise en charge sur place et toute l'année.

La disponibilité de ces offres et l'ensemble des prix peuvent être consultés sur www.poste.ch/commande-coursier.

Votre contribution: «pro clima»

Par la combinaison optimale du vélo, du train et de la route, Coursier Suisse assure la liaison porte à porte la plus rapide, avec un impact minimum sur l'environnement. Et avec un supplément «pro clima» de quelques centimes, vous envoyez vos cadeaux sans impact pour le climat. Un geste que vos clients apprécieront. Et la nature vous dit merci. *jme*

www.poste.ch/courrier-express

Impressum

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

Rédaction: Poste CH SA: Jasmin Batt (jb) | BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuenschwander (an) |
texter.in Wortagentur: Jamie Wong-Li (jme)

Conception et réalisation: Polyconsult SA, Berne | **Impression:** Stämpfli Publikationen SA, Berne

Changements d'adresse: fax 058 667 33 28

Paraît trimestriellement. Sous réserve de modifications.



MIXTE
Papier issu de
sources responsables
FSC® C005019

Offres et prix 2014

Optimisation de l'offre de prestations de la Poste

La Poste adapte ponctuellement son assortiment et certains prix au 1^{er} janvier 2014. L'offre est ainsi simplifiée et les prix gagnent en clarté. Certaines baisses de prix font leur apparition pour les clients commerciaux.

La Poste propose des prestations de qualité à des prix intéressants. Elle contrôle régulièrement son assortiment et procède chaque année à des ajustements pour rendre son offre de prestations encore plus simple et conviviale. Pour ce faire, elle optimise en continu ses coûts, mais doit proposer des prix corrects et conformes au marché, car les coûts de certaines prestations ne sont pas couverts.

Aperçu des modifications

Les adaptations ponctuelles en début d'année concernent principalement l'expédition de lettres et de colis du service intérieur pour les clients commerciaux. Les offres pour l'étranger sont pour l'essentiel maintenues en l'état. Voici un aperçu des modifications:

- Lettres avec code à barres: système tarifaire simplifié par l'introduction de prix unitaires pour les recommandés et les actes judiciaires. Baisse de prix pour le courrier A Plus, les midilettes et les grandes lettres de plus de 500 g.
- Remboursement Suisse: hausse des tarifs pour les envois de lettres et de colis avec titre de paiement physique. Des prestations alternatives, comme le «remboursement sans

titre» ou la commande contre paiement, sont proposées aux clients commerciaux sans hausse des tarifs.

- WebStamp: l'offre de lancement à prix réduit pour les colis WebStamp jusqu'à 5 kg est valable jusqu'à la fin de l'année. Désormais, le prix des envois affranchis avec WebStamp est le même que celui des colis payés au guichet.
- Envois spéciaux: le supplément appliqué jusqu'à présent au tri d'envois en liasses par localité est supprimé. Les critères pour les envois spéciaux ont été ramenés de 22 à 13.

Informations détaillées dans notre brochure gratuite, à commander avec la carte-réponse ci-jointe ou à télécharger sur notre site web. *jme*

www.poste.ch/offre14



DirectCalendar 2014

Le moment idéal pour votre publipostage...

... figure sur le DirectCalendar 2014. Ce calendrier gratuit indique les vacances, les jours fériés et les événements importants, et vous aide à atteindre votre groupe cible au bon moment.

Votre planification annuelle de marketing direct devient un jeu d'enfant: le DirectCalendar 2014 vous offre une vue d'ensemble des principaux événements de toute la Suisse. Le succès d'une campagne publicitaire dépend en grande partie de la disponibilité du groupe cible. Il est peu judicieux de contacter les familles avec des enfants en âge scolaire pendant les vacances.

Utilisez le DirectCalendar pour préparer soigneusement la date de vos publipostages et prendre en compte les principaux événements.

Imprimé ou en ligne?

La version imprimée au format A4 pliable contient les vacances scolaires de tous les cantons, les jours fériés officiels, les événements spécialisés et les manifestations culturelles et sportives. Vous pouvez commander des exemplaires gratuits avec la carte-réponse ci-jointe ou sur www.poste.ch/directcalendar. Ce lien

vous permet d'accéder aussi au calendrier en ligne. Celui-ci contient également les dates des principales manifestations dans les pays voisins, les prévisions météo pour certains événements, un calendrier lunaire, une fonction de rappel et de recommandation, tout en offrant la possibilité d'insérer ses propres manifestations et de les publier. Vous pouvez de plus filtrer la version électronique en fonction de vos centres d'intérêt et importer ceux-ci dans votre propre calendrier. *jme*

www.poste.ch/directcalendar

Distribution avant Noël – les derniers délais de dépôt

Des cartes de vœux qui arrivent à point nommé

Pour faire des heureux, veuillez tenir compte des horaires de dépôt figurant dans le tableau, et vos cartes de vœux et colis arriveront en temps voulu!

¹ Dépôt jusqu'à l'heure limite de dépôt le soir; distribution garantie les 21, 24 et 31 décembre avant 11h (au lieu de 9h).

² Prise en charge Coursier Suisse «Standard» niveau «Course directe», «Rapide» et «Turbo» acceptée les mardis 24 et 31 décembre 2013 jusqu'à 11h.

³ Le Coursier Suisse «Eclair» n'est pas proposé les mardis 24 et 31 décembre 2013.

⁴ Ces délais d'acheminement ne s'appliquent qu'aux centres économiques et agglomérations. Il est possible de consulter les délais d'acheminement exacts par pays sur Internet à l'adresse www.poste.ch/info-int ou au numéro gratuit URGENT 0800 45 45 45, destiné aux clients et aux offices de poste.

⁵ Les délais d'acheminement exacts par pays sont disponibles sur Internet sous www.swisspost-gls.ch/fr ou au numéro 0848 858 686.

Lettres	
Suisse	
Swiss-Express «Lune» ¹	23.12.2013
Courrier A	23.12.2013
Courrier B	19.12.2013
Coursier Suisse «Standard», «Rapide» et «Turbo» ²	24.12.2013
Coursier Suisse «Eclair» ³	23.12.2013
Europe	
Documents URGENT ⁴	20.12.2013
PRIORITY	16.12.2013
ECONOMY	09.12.2013
Autres pays	
Documents URGENT ⁴	19.12.2013
PRIORITY	09.12.2013
ECONOMY	02.12.2013

Colis	
Suisse	
Swiss-Express «Lune» ¹	23.12.2013
PostPac Priority	23.12.2013
PostPac Economy	20.12.2013
Coursier Suisse «Standard», «Rapide» et «Turbo» ²	24.12.2013
Coursier Suisse «Eclair» ³	23.12.2013
Europe	
Marchandises URGENT ⁴	19.12.2013
PRIORITY	10.12.2013
ECONOMY	03.12.2013
Colis GLS ⁵	11.12.2013
Autres pays	
URGENT ⁴	18.12.2013
PRIORITY	03.12.2013
ECONOMY	26.11.2013
Colis GLS ⁵	05.12.2013

Point logistique

Même les professionnels y apprennent beaucoup

Comment être au top dans la logistique? Sur le point logistique, vous acquérez un savoir-faire nouveau, découvrez de nouvelles approches et approfondissez vos connaissances générales. Le puits de savoir de la Poste pour les logisticiens est à portée de main.

Un bon plan pour tous ceux pour qui la logistique n'est pas un secteur figé, mais au contraire un métier aux mille facettes: venez jeter un œil sur le point logistique! Vous y retrouverez la communauté des logisticiens, bénéficierez d'échanges fructueux et découvrirez de nouveaux aspects de votre domaine de spécialité.

Des conseils d'experts et du spectacle

Les contributions sur le canal de connaissances font découvrir les coulisses de la logistique. Rédigées par des spécialistes, elles sont clairement axées sur la pratique. Les pratiques exemplaires sont également riches d'enseignements pour beaucoup de visiteurs. Des entreprises suisses

vous laissent jeter un coup d'œil sur leur travail et dévoilent les secrets de la réussite de leurs solutions logistiques. Vous aimez les images spectaculaires? Alors consultez notre vidéothèque. Des vidéos passionnantes et divertissantes présentent l'offre logistique de la Poste.

Votre avis compte

Point logistique vit essentiellement de l'échange entre collègues. La fonction de commentaire ouverte à tous permet d'exprimer son opinion et de faire part de ses expériences. Aimerez-vous être tenu au courant des nouveautés du secteur? Abonnez-vous à la newsletter et au RSS Feed pour rester à tout moment bien informé. *an*

www.poste.ch/pointlogistique

Centres logistiques

Réseau logistique: des points stratégiques



Centre logistique de Pratteln:
des prestations postales au carrefour
des trois frontières.

Une plus grande proximité avec les clients grâce à des prestations souples: la Poste renforce sa position de leader dans les activités logistiques grâce à l'ouverture des nouveaux centres logistiques de Fétigny (FR) et Pfungen (ZH) en 2013. Depuis 2011 déjà, les clients bénéficient de prestations globales d'un seul tenant dans le centre logistique moderne de Pratteln (BL).

Pas moins de 82 nouvelles rampes, plus de 6500 mètres carrés de surface de transbordement supplémentaires: les nouveaux centres logistiques de Fétigny et de Pfungen génèrent une hausse de capacités bienvenue pour les activités logistiques florissantes. Les nouveaux centres représentent d'importants nœuds dans le réseau national composé de neuf centres logistiques. Depuis Fétigny, la Poste dessert ses clients de Genève jusqu'au lac de Morat et de Neuchâtel jusqu'au Valais. Pfungen est depuis août 2013 le point de départ des envois de marchandises et des envois Swiss-Express acheminés à l'est du Gubrist ou du Baregg. Les deux nouveaux centres sont reliés au réseau de transport de la Poste et donc aux autres centres logistiques par des navettes.

Distribution plus rapide et réduction des émissions

Fait réjouissant: l'intégration réussie des nouveaux centres logistiques dans le réseau permet à la Poste de réduire le nombre de kilomètres parcourus et ainsi les émissions de CO₂. Les

envois Swiss-Express «Jour» peuvent en outre être distribués plus tôt dans la journée grâce à la proximité du centre de Fétigny. A Pfungen, la Poste réunit toutes les prestations des domaines exprès, fret et stockage. D'où une augmentation du nombre de prises en charge combinées, avec des retombées positives: la Poste économise des trajets et ses clients profitent d'un confort supplémentaire.

Service intégral à Pratteln

La Poste exploite son centre logistique ultramodern de Pratteln depuis 2011 déjà. Les clients au carrefour des trois pays bénéficient de prestations globales tout au long de la chaîne logistique: de la prise en charge préliminaire chez le fournisseur, aussi à l'étranger, à la distribution selon les modalités et les délais souhaités, en passant par le dédouanement et le stockage dans les règles de l'art. La liaison irréprochable au réseau coursiers, exprès et colis de la Poste garantit une bonne distribution. L'offre très variée en matière de stockage, de cross-docking et de prestations complémentaires est également très appréciée. Le centre logistique de Pratteln dispose par exemple d'un entrepôt pour substances dangereuses et assure l'étiquetage des prix et la gestion des retours pour ses clients. Une multifonctionnalité garantie au quotidien. *an*

www.poste.ch/logistique

Description

Centre logistique de Fétigny (FR)



25 rampes

880 m² surface de transbordement

147 m² surface de stockage

Distribution de lettres et colis, Swiss-Express «Jour» et «Innight»

Centre logistique de Pfungen (ZH)

57 rampes

5663 m² surface de transbordement

5851 m² surface de stockage

Distribution de marchandises, Swiss-Express «Jour» et «Innight»

Centre logistique de Pratteln (BL)

16 rampes pour camions,

rampe pour 6 wagons

1300 m² surface de transbordement

17 000 m² surface de stockage

Prestations logistiques de A à Z:

prise en charge préliminaire, dédouanement, stockage, cross-docking, VAS, distribution

PostCard Creator

Des cartes de vœux vite faites, bien faites

Sélectionner le format, concevoir, rédiger l'adresse, envoyer: créez et envoyez en ligne vos vœux de fin d'année personnalisés et autres publipostages. Vos cartes de vœux sont déjà distribuées quatre jours après votre commande, ou même le lendemain avec la commande exprès jusqu'à 14 h!

Cela vous est certainement déjà arrivé: en raison de l'effervescence de la fin de l'année, vous n'avez pas le temps de concevoir et d'envoyer vos cartes de vœux. Vous aimeriez en profiter pour remercier vos clients, partenaires et connaissances pour l'agréable coopération... La Poste vous prête main forte: PostCard Creator vous permet de créer très rapidement de magnifiques cartes postales, en ligne et avec vos propres textes et images. Et comme la Poste se charge de l'impression, l'adressage, l'affran-

chissement et l'expédition, vous pouvez compter sur une réception ponctuelle de vos cartes.

Publipostages professionnels par carte postale à partir d'un exemplaire

PostCard Creator convient à toutes les occasions ou presque. Avez-vous besoin d'une seule carte postale, ou de plusieurs milliers d'exemplaires? Aucun problème! La Poste satisfait habilement vos souhaits. Le côté très pratique: il suffit de télécharger votre fichier d'adresses pour l'adressage. Vos cartes sont prêtes à l'envoi trois jours après votre confirmation d'ordre. Vous choisissez la vitesse d'acheminement: de l'envoi en nombre du courrier B ou du courrier A à la distribution exprès, tout est possible.

Possibilités presque illimitées

Lors de sa conception, choisissez tout d'abord le format de votre publipostage: carte postale, carte-réponse, carte avec bon, carte postale créative de forme spéciale ou flyer non adressé. Ajoutez-y des images, votre logo et vos textes personnalisés ou utilisez des images tirées de la vaste bibliothèque de PostCard Creator. Peu importe le format, le bon accueil de votre publipostage personnalisé conçu en un tour de main est garanti! *an*

www.poste.ch/postcardcreator

5% de remise!

Profitez-en: 5% de remise sur les coûts de production jusqu'au 31 janvier 2014 à l'occasion de votre première commande sur PostCard Creator. Saisissez le **code promotionnel fest310114** lors de votre commande sous www.poste.ch/postcardcreator.



Concours

La plus belle carte de vœux de Suisse

Avez-vous créé et envoyé à vos clients une carte de vœux particulièrement réussie pour Noël ou Nouvel-An en 2013? Alors ne perdez pas de temps: la Poste récompense les plus belles cartes par le «Nicolas - Prix Carte de Noël». Trois prix Nicolas sont à gagner.

Plus d'infos sur: www.poste.ch/nicolas

WebStamp

Votre timbre-poste personnalisé



A Noël, surprenez vos clients et vos partenaires avec un timbre-poste personnalisé! Avec WebStamp, c'est possible. Créez très simplement en ligne votre propre timbre personnalisé depuis votre ordinateur. Faites passer votre message grâce à une image de votre choix, un texte ou votre logo d'entreprise. Ce timbre-poste personnalisé vous permettra d'affranchir vos envois de courrier et de colis et aussi vos cartes de vœux créées via PostCard Creator. *an*

www.poste.ch/webstamp

En ligne, hors ligne – un mix marketing optimal

Comment promouvoir au mieux votre produit? Avec une présence en ligne ou hors ligne? Différentes études montrent que l'idéal est de combiner les deux. Les clients évoluent désormais dans différents médias, changeant de canal en fonction des besoins.

L'e-commerce a permis au marché suisse de la vente par correspondance d'enregistrer des chiffres record: la vente de marchandises aux particuliers en ligne et par correspondance a généré un chiffre d'affaires de près de 5,7 milliards de francs en 2012. Cela correspond à une croissance de 7,5% par rapport à l'année précédente. Internet est devenu incontournable pour les vendeurs de produits adaptés à l'expédition. Cependant, le commerce en ligne se complexifie: les consommateurs utilisent certes le canal en ligne pour passer commande, mais les autres médias occupent un rôle important dans la prise de décision. Une présence hors ligne est donc tout aussi importante que la publicité sur Internet.

Influence des médias imprimés

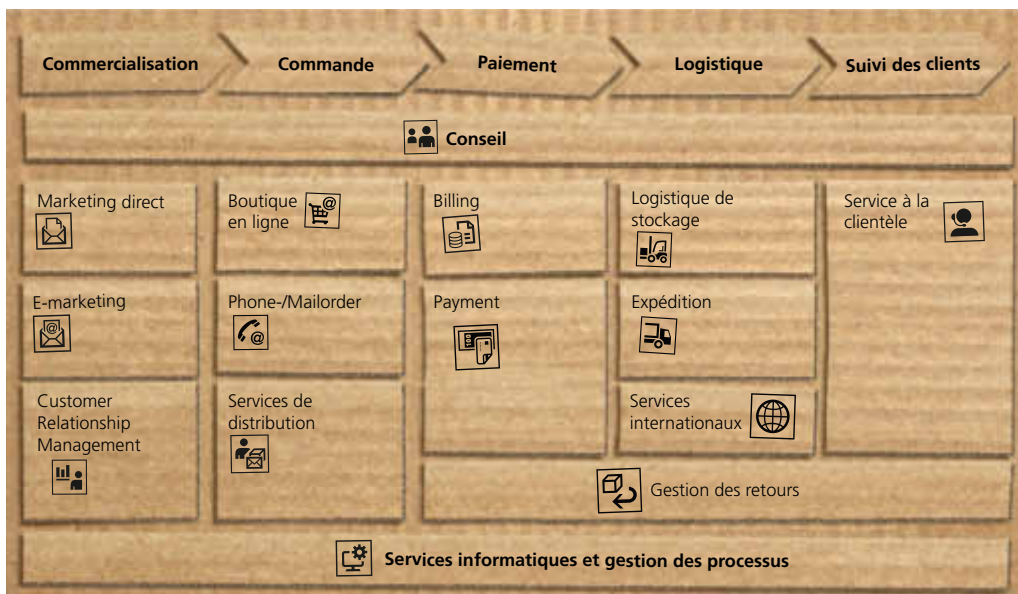
Pour laisser une impression durable, une seule dimension ne suffit plus. D'après une étude récente de l'association allemande des entreprises de vente par correspondance, 49% des clients internautes consultent le catalogue de la boutique avant de commander. Cela prouve l'influence des médias imprimés sur la prise de décision. Les flyers, magazines et catalogues proposent un accès plus émotionnel au produit qu'Internet. Pourquoi? Les clients conservent plus longtemps un support publicitaire imprimé, tel qu'un catalogue, et aiment le feuilleter.

Publicité en ligne, tout un savoir-faire

Les boutiques en ligne ont un énorme avantage par rapport aux commerces stationnaires: elles sont disponibles partout et sont consultées par des personnes qui ont l'intention d'acheter. L'optimisation de leur structure et de leurs

contenus ainsi que le marketing des moteurs de recherche représentent pour elles d'importantes formes de publicité. Le publipostage électronique continue d'occuper une place importante dans le mix publicitaire des commerçants en ligne, mais il doit être utilisé avec précaution: beaucoup de consommateurs se lassent des newsletters. Le plus important pour les commerçants en ligne, c'est de proposer une application de boutique et d'optimiser leurs contenus pour les smartphones. Environ la moitié des recherches sont effectuées via des appareils mobiles. Les plateformes de médias sociaux comme Facebook, Google+ ou Twitter n'ont encore que peu d'influence sur la marche des affaires, mais elles permettent d'acquérir de nouveaux clients. Elles conviennent également aux études de marché indirectes. Le processus de décision d'achat d'un client compte la plupart du temps plusieurs étapes en ligne et hors ligne.

L'offre globale de la Poste pour l'e-commerce



E-commerce: service intégral de la Poste

La Poste propose une prise en charge globale: de l'idée de boutique jusqu'à l'expédition et l'encaissement, la Poste garantit aux commerçants en ligne un service sans faille tout au long de la chaîne du commerce électronique. A chaque étape, elle met à votre disposition des spécialistes qui connaissent parfaitement les interactions sur l'ensemble de la chaîne de processus. Votre interlocuteur reste le même pour l'ensemble des prestations. Vous pouvez ainsi vous consacrer pleinement à votre cœur de métier. *jme*

→ Participez à notre concours en dernière page de ce numéro d'Info Poste et avec un peu de chance gagnez un séminaire de marketing direct qui vous permettra d'améliorer votre présence sur le marché!

www.poste.ch/e-commerce

Natur Konkret

«La Poste convient bien à notre conscience écologique.»

Que diriez-vous d'un délicieux rôti pour le repas de Noël? Les produits de haute qualité de l'exploitation agricole innovante Natur Konkret transforment chaque repas en un véritable festin. Grâce à la distribution le soir et le samedi, les gourmets ont la garantie que les envois seront distribués lorsqu'ils sont à la maison.

De la viande oui, mais sélectionnée et issue d'une production respectueuse de la nature, avec des animaux bichonnés tout au long de leur vie. Une attitude que de plus en plus de gens partagent. Natur Konkret, «le label le plus respectueux des animaux et de l'environnement au monde», correspond totalement à cette philosophie. Les bœufs de la race écossaise des Highlands paissent dans les verdoyantes vallées de Suisse méridionale, qui leur conviennent parfaitement, et sont nourris exclusivement à l'herbe, au foin et à l'eau. Les bovins au poil long contribuent ainsi à éviter l'embroussaillage et le reboisement des Alpes et participent activement à une forme moderne de protection des paysages de Suisse. Guido Leutenegger, responsable d'exploitation, explique comment fonctionne Natur Konkret.

Monsieur Leutenegger, comment puis-je savourer votre viande biologique?

Guido Leutenegger (G.L.): En passant directement commande auprès de notre boutique en ligne. Nous élevons des porcs laineux et des poules en plus des bœufs Highland. Vous avez également la possibilité d'investir dans une action portant sur un animal et de recevoir votre viande régulièrement.

Comment cela marche-t-il?

G.L.: Il s'agit en fait d'une alternative aux placements financiers. Vous pouvez investir dans un bœuf Highland, un porc laineux ou une poule. Vous soutenez ainsi notre exploitation agricole. Par exemple, l'investissement dans un bœuf Highland coûte 2500 francs. La vache vous est pour ainsi dire attribuée personnellement et vous pouvez même la localiser par GPS à tout moment. Vous recevez ensuite



Guido Leutenegger, agriculteur, mise sur les prestations logistiques de la Poste.

pendant 10 ans de la viande de qualité d'une valeur de 350 francs par an.

Que puis-je attendre de vos produits?

G.L.: Nos animaux ont beaucoup de place pour s'ébattre et sont nourris uniquement au foin et à l'herbe. Nous renonçons au maïs et aux additifs alimentaires. L'élevage extensif et la croissance lente confèrent à la viande une texture et un goût uniques.

Comment faites-vous en sorte que la fraîcheur de la viande soit garantie lorsqu'elle arrive chez vos clients?

G.L.: Grâce à la Poste évidemment! (Rires) La viande est directement livrée aux clients surgelée, dans une boîte réfrigérante spéciale, depuis notre centrale de transformation de Masein (GR). La distribution le samedi et le soir de la Poste permet un service optimal. Cette prestation est très appréciée de notre clientèle. Nos clients peuvent fixer la date et

l'heure de réception lors de la commande en ligne: du lundi au vendredi entre 7 h et 9 h ou entre 17 h et 20 h, ou même le samedi, ce qui est très pratique pour ceux qui travaillent. La Poste garantit les délais d'acheminement. C'est essentiel, car on ne plaisante pas avec les denrées périssables.

Qu'est-ce qui vous a décidé à travailler avec la Poste?

G.L.: Je vous retourne la question: avec qui d'autre aurais-je pu le faire? Il n'existe aucune alternative à la Poste. C'est la seule entreprise de logistique qui m'offre ce dont j'ai besoin. La Poste est une entreprise fiable et vraiment à l'écoute du client. De plus, elle convient bien à notre conscience écologique: la moitié du transport de la Poste se fait sur les rails. Le fait que notre partenaire logistique se soucie de l'environnement est très important pour nous.

jme



Venanzi Vincenz utilise avec succès l'impact des publipostages.

ÖKK

«Les publipostages éveillent les émotions!»

167 000 clients privés et 14 700 clients commerciaux, ÖKK fait partie des grands sur le marché de l'assurance-maladie. Pour grandir, elle mise avec succès sur le publi-postage. Une étude prouve maintenant son effet positif.

«La trimbalite langiforme: une maladie qui n'existe pas chez nous.» Cette amorce figurait sur un publipostage de l'ÖKK envoyé au printemps 2013 aux familles avec bébé et visant à acquérir de nouveaux clients. L'avantage: livraison de langes gratuites pendant un an pour toute signature de contrat.

Peu après, l'institut d'études de marché GfK Switzerland a sondé par téléphone 350 destinataires du publipostage; 350 personnes du même groupe-cible qui n'ont pas reçu le publipostage ont également été interrogées. La comparaison des résultats des deux groupes confirme l'impact du publipostage de l'ÖKK.

Une amélioration notable de l'image

Les résultats de l'ÖKK auprès des destinataires du publipostage en termes de renommée et d'image sont bien meilleurs que ceux du groupe de contrôle. Le taux de citation en pre-

mier spontanée en faveur de l'ÖKK chez les destinataires a été quadruplé grâce au publi-postage. Le taux de rappel du publipostage était nettement supérieur à la moyenne: 55 %, même quatre semaines après l'envoi. Beaucoup de destinataires ont signalé leur envie de réclamer une offre. Ces résultats n'étonnent pas Venanzi Vincenz, responsable communication marketing chez ÖKK: «Ils confirment la qualité de nos publipostages et notre expérience. En règle générale, nous obtenons des taux de réponse supérieurs à la moyenne, dans ce cas-là il s'agissait de 3 à 4 %. Mais pas question de se reposer: le sondage nous a livré de précieuses informations sur les optimisations possibles que nous appliquerons au prochain publipostage.»

Recette du succès ou l'impact de l'ÖKK dans les boîtes aux lettres

Venanzi Vincenz en est convaincu: «Les publi-postages constituent un bon moyen de transmettre un message et des émotions. Ce média nous permet de nous rapprocher de nos clients. L'approche personnelle, le timbre-poste sur l'enveloppe, tout cela témoigne de notre estime.» L'ÖKK envoie en moyenne environ cinq à sept publipostages par an. L'ÖKK accorde

beaucoup d'importance aux facteurs de succès qui permettront d'attirer l'attention des destinataires. M. Vincenz: «Un publipostage est efficace lorsque le mélange de différents éléments est optimal: matériel, conception, couleurs et sujet, à quoi s'ajoute aussi l'histoire que nous racontons.»

Inspirées par la Poste

Les spécialistes en DM d'ÖKK et de la Poste développent en permanence de nouvelles idées et solutions dans le cadre de réunions régulières d'échange. «Nous sommes parfois les cobayes de la Poste, sourit M. Vincenz, mais nous sommes au moins toujours bien nourris!» Nous sommes les premiers en Suisse à utiliser le nouveau publipostage avec languette extérieure. Nos partenaires de la Poste sont en phase avec les développements et à l'écoute de la clientèle. La Poste dispose de plus d'un réseau logistique étendu qui offre de merveilleuses opportunités au publipostage. On peut donc supposer que la «morosité du client» restera une maladie qui n'existe pas chez l'ÖKK. *an*

www.oekk.ch/fr
www.poste.ch/impact

La Poste sur les médias sociaux

Un dialogue sans artifice avec la clientèle



Facebook, Twitter et YouTube: c'est sur ces médias sociaux que la Poste, ouverte au dialogue, vient à la rencontre de ses clients. Et tous les participants y gagnent.

«Je me suis connectée à WebStamp mais impossible de commander des timbres», a twitté une cliente @PosteSuisse. La réponse de la Poste ne se fait pas attendre: «Tu n'as pas activé le code d'activation qui t'a été envoyé par courrier, il a donc expiré. Nous nous ferons un plaisir de t'envoyer un nouveau code.» Cette cliente a vu son problème résolu, rapidement et sans formalités.

D'égal à égal avec la Poste

La présence de la Poste sur les médias sociaux est appréciée des clients. Ils aiment pouvoir soumettre directement leurs questions et demandes et ainsi recevoir rapidement une réponse concrète. Il n'est pas rare que la Poste soit complimentée pour son bon travail ou que quelqu'un donne libre cours à son mécontentement. Toutes les réactions de sa clientèle sont précieuses aux yeux de la Poste. Elles donnent souvent des pistes permettant d'optimiser l'offre ou certains processus.

Informations de première main pour la clientèle commerciale

Les médias sociaux permettent également aux clients commerciaux de la Poste de recevoir des informations et des astuces actuelles de première main. La Poste utilise un canal Twitter spécifique pour communiquer avec eux. Une visite sur YouTube se révélera aussi intéressante: la Poste s'y présente et y décrit ses produits et prestations par l'intermédiaire de vidéos divertissantes et intéressantes. *an*

facebook.com/swisspost
twitter.com/PosteSuisse_b2b
youtube.com/swisspost



Une plateforme pour soutenir les visées internationales des PME

<https://commerceexterieur.postfinance.ch>

Depuis août 2013, cette nouvelle plateforme de savoir sur le commerce extérieur est proposée aux PME suisses. Des experts partagent leurs connaissances en matière de gestion des risques, de logistique, de trafic des paiements ou d'e-commerce.

En moyenne, une PME suisse est active sur 2,6 continents. De nombreuses entreprises n'ont pas encore osé franchir le pas, mais souhaitent malgré tout profiter de nouvelles opportunités à l'étranger. Quels sont les questions et les défis auxquels font face ces PME? La Haute école de gestion de Fribourg s'est penchée sur ce thème en réalisant une large étude. Les sujets de la nouvelle plateforme de commerce

extérieur se basent sur les résultats de cette étude disponibles gratuitement en ligne.

Les points à retenir

L'étude a permis de déceler de nombreuses lacunes en matière de gestion des risques notamment. C'est pourquoi la plateforme présente toute une série de connaissances générales et de conseils utiles pour bien gérer les risques. L'outil xRisk permet même aux PME de visualiser et de calculer leurs risques. De nombreux webinars abordant différents sujets comme la prévention de la corruption permettent aux entreprises d'acquérir un certain savoir-faire.

Un large soutien de la Poste

Sur la nouvelle plateforme du commerce extérieur, la Poste propose ses nombreuses compétences pour le commerce international d'un seul tenant. Les PME y trouvent des informations utiles et des astuces concrètes en matière de trafic des paiements, de logistique, d'e-commerce, de marketing direct, de dédouanement, etc. Cette plateforme doit permettre aux PME suisses de mieux exploiter leurs potentiels sur les marchés étrangers. *an*

Sondage sur la satisfaction de la clientèle

La Poste plébiscitée par les clients commerciaux

Des valeurs stables avec une légère tendance à la hausse: les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle montrent que la Poste est sur le bon chemin.

La Poste charge chaque année un institut indépendant de recueillir l'opinion des clients commerciaux de la Poste sur les prestations et le personnel dans le cadre d'un sondage à grande échelle. L'analyse des résultats est prise en compte dans la définition des mesures grâce auxquelles la Poste optimise ses offres.

Satisfaction générale élevée

Les deux unités d'affaires PostMail et Post-Logistics ont maintenu les valeurs élevées de l'année dernière et obtenu 78 points de satisfaction sur un total de 100. Les clients commerciaux ont même plébiscité la prestation globale de l'unité Réseau postal et vente en lui attribuant 82 points (une progression de 2 points). La satisfaction à propos d'Asendia Suisse, responsable de l'expédition de lettres internationale, a augmenté de 4 points pour atteindre 79 points.

Mesures d'amélioration

La Poste a optimisé différents processus et offres, notamment sur la base des résultats de sondages antérieurs. Les opinions actuelles des clients prouvent que cela en a valu la peine.



Votre satisfaction est essentielle pour nous.

Aujourd'hui, la satisfaction des clients commerciaux a augmenté à l'égard de Swiss-Express «Innight» grâce aux améliorations apportées dans le suivi des envois et le traitement des problèmes. Les clients sont également plus satisfaits de la quantité d'informations reçues dans l'expédition nationale et internationale grâce aux mesures de communication de PostMail. *an*

Plus de confort pour les destinataires

La Poste propose des offres nouvelles et étendues pour répondre aux besoins de ses clients. Par exemple avec ses prestations axées sur le destinataire:

- *Distribution le soir et le samedi*: les colis arrivent quand les clients sont à la maison.
- *pick@home*: les clients peuvent faire prendre en charge leurs retours à la maison.
- *Gestion de la réception*: les clients choisissent sur Internet ou via leur smartphone le lieu de réception de leur envoi.
- *Intégration de PickPost dans les boutiques en ligne*: les clients en ligne peuvent sélectionner le lieu de réception de leurs colis, à la maison ou auprès de l'un des 700 points de retrait PickPost.
- *My Post 24*: les clients peuvent retirer, déposer ou retourner leurs colis auprès des automates à colis jour et nuit.

PostParc

Un nouveau centre animé pour Berne

Adieu à la Schanzenpost, bienvenue au PostParc! L'ancien centre de tri de lettres et de colis se transforme actuellement en un nouveau centre d'affaires situé directement au-dessus des voies de la gare de Berne. PostParc attirera une population très diversifiée à partir de 2015. La Poste propose plus de 40 000 mètres carrés à louer aux enseignes du commerce de détail et de la restauration, ainsi que pour des bureaux, des entreprises de services et des professions libérales. Plus d'informations sur les objets à louer sur www.postparc.ch. *an*



Nouveau bâtiment imposant à la Schanzenstrasse.



Entrée du PostParc près de la passerelle de la gare.

Séminaires MD

Assurez-vous une longueur d'avance!

Venez chercher de nouvelles idées pour améliorer votre présence sur le marché: les séminaires de marketing direct de la Poste permettent d'acquérir des connaissances de base et spécifiques et de se tenir à jour dans les principales disciplines du marketing direct. Rempportez dès maintenant un bon pour un séminaire d'une valeur allant jusqu'à 1360 francs.

Une longueur d'avance sur le marché: les séminaires sur le marketing direct de la Poste vous offrent un important avantage concurrentiel. Misez-vous sur le marketing en ligne? Ou surprenez-vous vos clients par des mailings directs créatifs? Quels que soient vos axes de marketing direct, disposer des connaissances les plus récentes a du bon: elles vous permettent de tirer le meilleur parti de votre budget publicitaire.

Savoir-faire en lien avec la pratique

Pendant ces cours de MD, des professionnels transmettent leur savoir-faire de façon vivante et pratique. Vous découvrirez comment atteindre efficacement vos clients, attirer leur attention ou susciter des réactions. Les séminaires abordent divers sujets: de la rédaction d'un courrier publicitaire à l'optimisation du référencement en passant par le marketing dans les médias sociaux.

Un séminaire d'une valeur allant jusqu'à 1360 francs à gagner

Participez dès maintenant à notre tirage au sort et gagnez avec un peu de chance un bon pour un séminaire de marketing direct à choix d'une valeur allant jusqu'à 1360 francs! Vous retrouverez les séminaires de la Poste actuellement proposés sur www.post.ch/dm-seminare. Vous pouvez aussi télécharger la dernière brochure de séminaires au format PDF: www.post.ch/pm-dm-seminare-broschuere.pdf.

Remplir, envoyer, faire le plein de bonnes idées

Renvoyez-nous la carte-réponse ci-jointe d'ici au 31 décembre 2013. Tous les séminaires ont lieu en langue allemande. Le bon est valable jusqu'à fin 2014 et peut être utilisé pour un séminaire de MD de la Poste à choix. Les gagnants seront avertis par écrit. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du concours. Tout recours juridique est exclu. *jme*

Bonne chance!

→ Vous trouverez plus d'informations sur l'e-commerce en page 7 du présent numéro.

www.post.ch/dm-seminare

Cours en ligne gratuit «Boutiques en ligne»

Que vous gagniez le jeu-concours ou non, vous avez accès à au moins un cours: la Poste propose une introduction au thème des «Boutiques en ligne» dans le cadre de quatre leçons à la fois simples et détaillées. Le cours en ligne est proposé en français, en allemand et en italien. Découvrez gratuitement comment concevoir et gérer une boutique en ligne.

www.poste.ch/onlinekurs-onlineshops

