

LE MAGAZINE POUR NOS  
CLIENTS COMMERCIAUX

# CONCRET

JUILLET 2016

**Stratégies au service  
de la mutation numérique**

Processus simplifiés pour  
un conseil plus étendu

Aides efficaces pour  
votre business

Combinaison intelligente  
pour transports rapides

**LA POSTE** 

*Dynamique jaune.*

## Chère lectrice, cher lecteur,

Si les voitures sont aujourd'hui bien plus sûres et écologiques qu'il y a dix ans encore, c'est notamment grâce à un nombre toujours croissant d'assistants numériques. Ils dosent le freinage, signalent les obstacles et améliorent les performances du moteur.

Avec nos e-solutions, nous mettons nous aussi des assistants numériques à la disposition de votre entreprise. Ils optimisent vos processus, vous épargnent des investissements et permettent des prestations orientées clients, vous laissant tout loisir de vous concentrer pleinement sur vos objectifs.

Mais le soutien que nous vous apportons se veut également «Concret», avec des exemples tirés de la pratique, des informations de fond sur nos services et des experts indépendants. Une présentation claire et des contenus traités de façon moderne vous aident à mieux comprendre les offres de la Poste et à les mettre en œuvre plus facilement.

Je vous souhaite une lecture agréable et riche en inspirations.



Mark Ehram  
Responsable Gestion des produits E-commerce, Poste CH SA

### Dans ce numéro

#### Autres thèmes

Dédouanement automatisé pour l'UE 8  
La chronique de Nicole Althaus 14  
Concours 14



### Focus

#### Réduire l'e-complexité

Pour La Redoute, la boutique en ligne est aujourd'hui la pièce maîtresse de son activité commerciale. Comment les véricistes parviennent-ils à maîtriser la complexité de l'e-commerce et à façonner leur avenir numérique? Réponses dans un entretien entre Antoine Thooris, COO de La Redoute, Edy Portmann, de l'Université de Berne, et Paul Walker, expert de la Poste.

4

### En bref

#### Le «DM Life Time Award» décerné à la cuisinière suisse par excellence

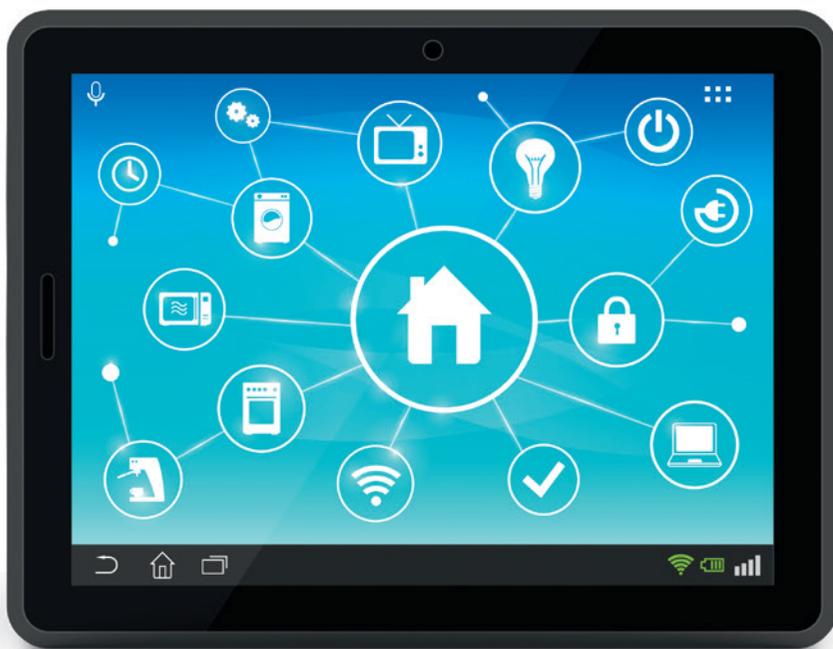
Avec ses recettes qui réussissent à coup sûr et son marketing direct, Betty Bossi a conquis le cœur des Suisses. Il était donc naturel d'attribuer le premier «DM Life Time Award» à la cuisinière fictive. ►[poste.ch/sdv-award](https://poste.ch/sdv-award)

#### Un mythe immortalisé

A projet exceptionnel, timbre exceptionnel. L'émission «Gottardo 2016» rend au tunnel de base du Saint-Gothard un hommage à la hauteur du mythe: ce timbre spécial contient de la vraie poudre de pierre du Gothard. ►[postshop.ch](https://postshop.ch)

#### Le marché bernois teste la livraison le jour même

Kaloka.ch – c'est ainsi que se nomme la nouvelle plateforme de vente en ligne de Berne. Ses atouts? Des offres locales et une livraison rapide le jour même. ►[kaloka.ch](https://kaloka.ch)



## Un réseau spécial pour une logistique intelligente

A travers PostGrid, la Poste teste, depuis fin mars, un réseau spécial de radiocommunication destiné à ce que l'on nomme l'Internet des objets. Grâce à cette technique, les objets les plus divers (véhicules, colis ou boîtes aux lettres) peuvent être reliés à Internet à moindre coût. Des alertes peuvent être déclenchées à partir de capteurs, par exemple, lorsque la température d'un envoi dépasse un seuil critique. Une manière d'intégrer, sans interruption, toute la chaîne de création de valeur. Un appareil installé chez le client pourra ainsi passer commande automatiquement lorsque l'état du stock le requiert. Et la livraison s'opérera de manière tout aussi automatisée.

► [poste.ch/internet-des-objets16](http://poste.ch/internet-des-objets16)



9

### Concret – services

Le transport combiné: fluide et bon pour le climat.



10

### Concret – business

La Banque Linth joue pleinement la carte du conseil personnalisé.

### Offres

Nouvelles solutions de la Poste et outils pratiques au service de votre entreprise.



12

## Du nouveau dans la recherche de sites

Notre application Web permettant la recherche de sites s'intègre aisément dans tout site Internet. Personnalisable, elle permet notamment aux boutiques en ligne de proposer un outil pratique à leurs clients. Après avoir été remaniée, elle peut désormais détecter le support utilisé – smartphone, tablette ou ordinateur. Grâce à son design adaptatif, elle ajuste automatiquement l'affichage à la taille de l'écran. Pour en faire profiter vos utilisateurs, pensez à adapter votre site Internet. Le plus tôt sera le mieux, l'ancienne version étant désactivée le 30 septembre prochain.

► [places.post.ch](http://places.post.ch)

## En plein dans le mille

Le marketing direct aborde le client de manière personnalisée. Or, pour en garantir l'efficacité, les messages doivent non seulement arriver dans la bonne boîte aux lettres au bon moment, mais aussi et surtout être porteurs d'un contenu qui produise l'effet escompté auprès des groupes cibles. Grâce à nos séminaires, vous pourrez améliorer votre impact de manière ciblée. Tous les thèmes clés y sont traités – rédaction, planification, vente, réalisation de campagnes intégrées par e-mail et par réseaux sociaux et bien d'autres. Réservez vite votre place afin de profiter des connaissances et de l'expérience pratique de nos intervenants.

Nouveau programme et inscription sur:  
► [post.ch/dm-seminare](http://post.ch/dm-seminare)

# En quête d'innovations visant à simplifier la vente en ligne

par Medard Meier

Grâce à Internet, aux smartphones et aux tablettes, passer commande devient toujours plus facile. Il incombe désormais à la distribution de mettre le turbo en matière de numérisation. Antoine Thooris (directeur des opérations à La Redoute), Edy Portmann (expert en sciences de l'information) et Paul Walker (responsable Vente à distance à la Poste) évoquent les dernières innovations et lèvent le voile sur ce que nous réserve l'avenir numérique.

**La Redoute affiche un succès de longue date dans la vente par correspondance. Quel rôle Internet joue-t-il aujourd'hui?**

**Antoine Thooris:** La Redoute a ouvert sa première boutique en ligne dès l'an 2000. Elle constitue aujourd'hui un élément clé pour la vente de mode et de mobilier. Mais le catalogue a encore de beaux jours devant lui: devenu une véritable carte de visite, il génère du trafic pour nos activités en ligne.

**Quel soutien la Poste propose-t-elle à La Redoute?**

**Paul Walker:** Nous intervenons dans l'envoi des marchandises ainsi que dans la numérisation de la vente par correspondance. Concrètement, nous associons les différentes options d'envoi à la boutique en ligne. A travers l'échange d'une foule de données et d'informations avec les clients, nous localisons, par exemple, leur commande, les informons de points de livraison alternatifs ou leur offrons la possibilité de passer directement commande depuis un automate My Post 24. Autant de services qui permettent à La Redoute de proposer l'offre la plus individualisée possible

afin que la marchandise commandée en ligne puisse être en possession du client le plus rapidement possible.

**Quels sont les principaux défis liés à la révolution numérique?**

**Antoine Thooris:** Contrairement à ce que l'on pourrait penser, Internet et la téléphonie mobile n'ôtent rien à la complexité de notre activité, mais en revanche l'accroissent considérablement – chose que le client ne doit en aucun cas ressentir. Il s'agit de veiller à ce que la simplicité prime pour lui en matière de technique et d'interfaces; la complexité doit rester de notre côté. La boutique se doit d'être intuitive. Quant au second défi de taille, il s'agit de la rapidité. De nos jours, nous traitons une commande en deux heures. S'ensuit la logistique de distribution qui elle aussi est complexe.

**Paul Walker:** En 2008, La Redoute a été notre premier client à intégrer les points de retrait PickPost au processus de commande. Si les premiers volumes traités étaient modestes, car les clients ne connaissaient pas encore cette prestation, ce canal a su s'imposer depuis. Nos 2400 points PickPost ont même créé un véritable effet boule de neige. L'expérience démontre qu'il faut un certain temps pour que le client final adapte son comportement, aussi bien dans le commerce en ligne que conventionnel.

**Comment assurez-vous une numérisation conviviale pour le client?**

**Antoine Thooris:** Nous réunissons régulièrement des clients, les répartissons en petits groupes aux profils variés et testons avec eux les offres et les services que nous souhaitons lancer. Nos collaboratrices et nos

«Les solutions sont trouvées en interaction avec des partenaires.»

Edy Portmann

collaborateurs participent eux aussi à l'évaluation.

**Paul Walker:** Certains clients finaux adoptent très vite les nouvelles possibilités offertes. D'autres, au contraire, sont réticents au changement. On le constate notamment lors de la commande: les clients restent fidèles à l'ancien canal, avec le catalogue comme point de départ, ce qui nous convient également, puisque les catalogues doivent être expédiés.

**Edy Portmann:** Rien de ce qui a existé n'est voué à disparaître à tout jamais. Cela vaut aussi pour le catalogue. D'où l'importance de l'approche «Multi-Channelling». Si la complexité globale des systèmes n'en devient que plus grande, il en va de même pour la vitesse à laquelle de nouveaux services, techniques et produits sont introduits. Et plus le contact client est long, plus celui-ci se doit d'être personnalisé. Pour ce faire, nous avons besoin de systèmes intelligents, capables d'identifier en continu la manière dont le client final souhaite être abordé et par quel canal. On ne peut toutefois forcer les changements de comportement. Une possibilité serait de permettre à l'utilisateur de tester de nouvelles techniques de manière ludique.





## Antoine Thooris

*Directeur des opérations (COO),  
La Redoute Suisse*

Antoine Thooris est au service de la clientèle de La Redoute depuis 18 ans, dont 15 années passées en Suisse. En tant que directeur des opérations, il est aujourd'hui en charge du service client, des technologies de l'information et de la distribution.



## Edy Portmann

*Professeur assistant en sciences  
de l'information, Université de Berne*

Titulaire de la chaire financée par la Poste, Edy Portmann se consacre, au sein de l'Université de Berne, à la thématique des systèmes, du traitement et de l'acquisition d'informations. Les questions axées sur leur application y constituent des thèmes récurrents.



## Paul Walker

*Responsable Vente à distance,  
Poste CH SA, Berne*

Responsable Vente pour la vente à distance, Paul Walker suit quotidiennement les défis et les développements à venir dans l'e-commerce.



## Medard Meier

*Animateur*

*Spécialiste en communication et publiciste*

Cet économiste (lic. rer. pol.), qui fut longtemps rédacteur en chef de Bilanz, officie aujourd'hui comme conseiller en communication et en économie, notamment pour le think tank Avenir Suisse.

## Vos questions à Edy Portmann

Une question vous brûle les lèvres au sujet de la numérisation? Notre expert Edy Portmann, en personne, y répondra en ligne, du 20 juin au 1<sup>er</sup> juillet. Retrouvez ces questions et réponses dans la prochaine édition de «Concret».

► [poste.ch/expert2-16](http://poste.ch/expert2-16)

### Comment gérez-vous le développement de produits?

**Paul Walker:** La manière de lancer des produits sur le marché a bien changé. Les longues études de marché ont été remplacées par des tests en continu. Si certains seuils sont atteints, on poursuit, sinon, on stoppe tout. De nouveaux essais sont déjà menés en parallèle. Les innovations s'enchaînent ainsi à un rythme effréné.

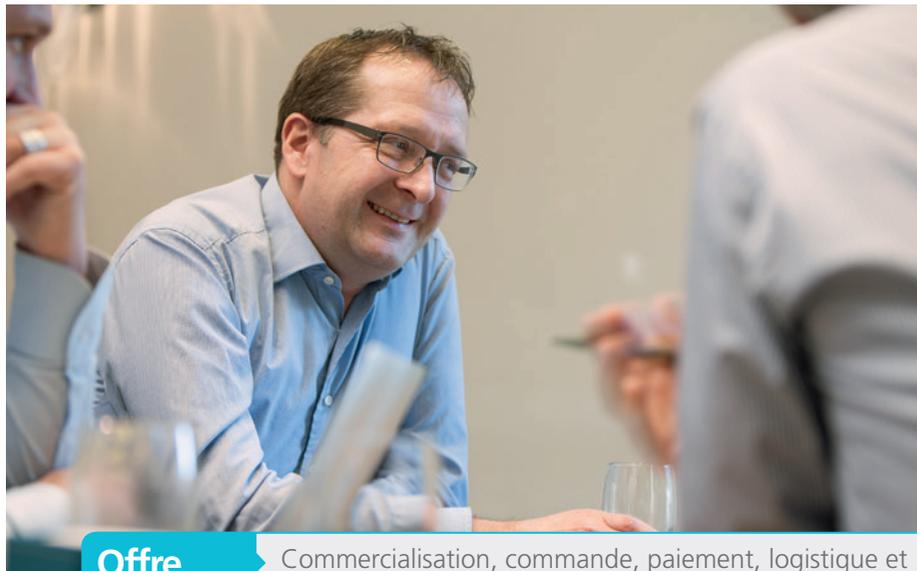
**Edy Portmann:** «The best way to predict the future is to invent it.» En d'autres termes, il n'est plus possible de prédire l'avenir. On garde ce qui fonctionne et le reste doit être adapté aux besoins. Et inutile, désormais, de viser la satisfaction absolue de groupes cibles bien précis puisque ceux-ci sont en perpétuelle mutation. Il faut savoir s'adresser à des groupes toujours plus nombreux et toujours plus restreints, voire à des individus isolés.

### Existe-t-il des exemples d'innovations – produits ou services – ayant fonctionné d'emblée?

**Paul Walker:** Les innovations découlent, en premier lieu, des besoins du marché. La distribution le dimanche est une idée que nous avons mise en œuvre sous forme de projet pilote. Nous sommes constamment à la recherche de clients commerciaux ouverts à l'implémentation de nouvelles solutions. C'est évidemment toujours plus difficile pour la première entreprise, puisqu'il faut commencer par trouver le client final. Par son statut auprès du grand public, la Poste intercepte la première vague d'intérêt médiatique suscitée par les nouveaux

«Les innovations découlent des besoins du marché.»

Paul Walker



#### Offre

Commercialisation, commande, paiement, logistique et suivi des clients – interlocutrice de grande compétence, la Poste vous apporte son soutien tout au long de la chaîne de création de valeur de l'e-commerce.

► **Contact direct:** [e-commerce@poste.ch](mailto:e-commerce@poste.ch)  
 ► [poste.ch/e-commerce](https://poste.ch/e-commerce)

projets. Les clients peuvent ainsi procéder tranquillement aux tests et aux évaluations.

**Antoine Thooris:** Un exemple des efforts conjoints de la Poste et de La Redoute: la lutte contre la fraude. Une situation gagnant-gagnant des plus classiques: en cas de fraude lors des commandes ou des livraisons, aussi bien La Redoute que la Poste en pâtissent. Il est donc dans notre intérêt commun de développer des concepts adéquats.

**Edy Portmann:** Une illustration parfaite de ce que l'on appelle la «*Co-Design*», une notion toujours plus importante. Les solutions se trouvent au sein d'un réseau, par l'interaction des différents partenaires confrontés à des problèmes identiques ou similaires et visant, de fait, les mêmes objectifs. L'Académie joue, elle aussi, un rôle puisqu'elle introduit de nouvelles connaissances dans la pratique.

**Antoine Thooris:** C'est exact. Nous discutons avec les concurrents confrontés à des défis comparables en matière de logistique. Les solutions profitent alors à tous. C'est pourquoi j'aime partager nos expériences avec d'autres entreprises.

**Edy Portmann:** En Suisse, la «*Co-Design*» n'est pas encore aussi répandue que dans la Silicon Valley, par exemple, où j'ai vécu de nombreuses années. J'essaie de conduire la Poste et sa clientèle d'une situation présente donnée à la situation future voulue, intéressante pour le client final. C'est en cela que nous pratiquons de la «*Co-Design*». Il incombe ensuite à la Poste de perpétuer cette démarche avec ses clients.

**Paul Walker:** Une question que la Poste se pose en permanence: qu'est-il judicieux de conserver et que faudrait-il modifier? C'est pourquoi nous sommes tributaires des avis extérieurs, que nous partageons ensuite avec nos clients. Cette ouverture d'esprit nous permet de rivaliser avec les meilleurs, tant dans l'e-commerce que pour la logistique des colis.

«La réussite, je la vois dans le «P to P» – de personne à personne»

Antoine Thooris

### La spirale tourne toujours plus vite. Quelles sont les prochaines attentes de La Redoute envers la Poste?

**Antoine Thooris:** Le client final exerce de plus en plus de pression au niveau des délais, pression que nous répercutons sur la Poste. La «*Same day delivery*» est le sujet du moment. Pour proposer une livraison le jour même, nous devons pouvoir compter sur une logistique opérationnelle 7 jours sur 7. Dans ce modèle, le samedi devient un jour normal de distribution; il en sera bientôt de même pour le dimanche. Les acheteurs étant plus fréquemment chez eux le week-end, c'est à ce moment-là qu'ils souhaitent recevoir et essayer les produits commandés. Autre thématique phare: tous ces services dont le client souhaite bénéficier sans frais, tels les livraisons et retours gratuits. Or, la Poste, à l'instar des autres prestataires, ne travaille pas gratuitement. La question est donc de savoir qui doit en assumer les coûts.

**Paul Walker:** Dans l'e-commerce, les coûts constituent un vrai défi. L'individualisation des prestations requiert une logistique pointue, par définition plus coûteuse qu'une expédition de masse standardisée. Le client final n'étant toutefois pas disposé à payer

plus, cela exige de notre part une optimisation supplémentaire des processus ainsi que des solutions alternatives de distribution. À l'avenir, nous pourrions assister l'expéditeur au moyen d'analyses, afin de définir les disponibilités du client final. En priorisant ainsi les envois au moment du conditionnement et de l'expédition, il sera possible de réaliser des économies tout en faisant le bonheur du client final qui recevra son colis au moment voulu.

**Edy Portmann:** C'est là que la science a de nouveau son rôle à jouer: les applications mobiles et les «*Predictive analytics*» contribueront à affiner à l'extrême la gestion des marchandises. Je pense également à l'optimisation stratégique des itinéraires dans la logistique urbaine.

**Antoine Thooris:** A ce stade, en tant qu'expéditeur, nous devons accepter de déléguer. Lorsque c'est le client qui décide où et comment la marchandise doit être livrée, cela se situe hors de notre zone d'influence, et nous devons céder une partie de la relation client à la Poste.

### A quand la concrétisation des prochaines grandes étapes, telles que la personnalisation de la livraison?

**Antoine Thooris:** Cela devrait se faire dans les trois ans.

**Paul Walker:** Ce n'est pas la technique ni l'analytique qui seront déterminantes, mais plutôt l'acceptation par la clientèle privée. La notion de confiance – en termes de sécurité et de protection des données – sera essentielle. Le moindre incident pourrait nous faire revenir deux ou trois ans en arrière.

**Antoine Thooris:** L'accompagnement du client est également primordial. Nous avons introduit de nombreux sites Internet d'information pour l'aider à comprendre les processus numériques. La réussite de la numérisation, je la vois de moins en moins dans le «B to C», mais dans le «P to P» – de personne à personne. C'est pourquoi les numéros de téléphone font leur grand retour chez nous.

### Glossaire

- Multi-Channelling
- Co-Design
- Same day delivery
- Predictive analytics

► [poste.ch/glossaire](http://poste.ch/glossaire)

### Savoir

Le commerce en ligne est en plein essor en Suisse. En 2015, les ventes ont encore augmenté de 7,5%. Pour savoir dans quels domaines d'e-commerce la Poste met le paquet en ce moment, consultez les statistiques annuelles fournies par GfK, ASVAD et la Poste.

► [poste.ch/stat-annuelles-15](http://poste.ch/stat-annuelles-15)



# Avec le dédouanement automatisé, l'Europe c'est la porte à côté

par **Claudia Bardola**



Comment allier rapidité, simplicité et efficacité des coûts lors de l'envoi de colis d'entreprises suisses à destination de l'Union européenne, et ce en dépit de la nouvelle loi allemande sur les douanes? Swiss Post GLS fait la démonstration!

Les produits suisses de qualité sont très demandés à l'étranger. L'e-commerce, pour ne citer que lui, a quasiment aboli les frontières géographiques. Or, le dédouanement peut rendre l'envoi de colis vers les pays de l'UE particulièrement laborieux, compliqué et onéreux. Un amendement de la loi allemande sur les douanes n'a fait qu'accentuer cette réalité pour les entreprises suisses lors d'importations dans l'UE. En effet, depuis novembre dernier, les listes physiques de destinataires ne sont plus acceptées pour un dédouanement groupé, c'est-à-dire le dédouanement conjoint de plusieurs colis envoyés à différents destinataires. Désormais, chaque envoi doit être déclaré et dédouané électroniquement, ce qui occasionne, notamment pour les PME, une charge administrative largement accrue et les surcoûts y afférents.

Afin que les colis suisses d'un poids maximal de 50 kg puissent, malgré tout, être envoyés dans l'UE de manière simple, rapide et avantageuse, la filiale de la Poste Swiss Post GLS a mis au point une solution de dédouanement électronique unique, qui simule l'ancien dédouanement groupé. Pour ce faire, Swiss Post GLS établit, pour le compte du client, les déclarations individuelles en douane, en Allemagne, de manière entièrement automatisée.

## Des rouages bien huilés

Pour la société exportatrice, grâce à la solution de dédouanement automatisé de Swiss Post GLS, l'envoi vers l'UE ne se distingue guère de ses habituels envois nationaux de colis: l'exportateur prépare ses marchandises en vue de leur expédition, transmet les données requises à Swiss Post GLS – manuellement ou directement à partir du système informatique – et remet les colis à la Poste. Le tour est ainsi prati-

quement joué pour l'expéditeur qui peut tranquillement suivre en ligne les différentes étapes: de l'office de poste du client, ses envois rejoignent d'abord le centre colis de Härkingen – pièce maîtresse de la logistique des colis en Suisse –, puis l'agence suisse en douane de la gare des marchandises Wolf de Bâle. Tout près de là se trouve la centrale de dédouanement de Swiss Post GLS, où les colis sont collectés, préparés et déclarés aux douanes suisses pour leur exportation.

Dès que les colis sont dédouanés, ils sont chargés et transportés jusqu'au hub européen de GLS, à Neuenstein (Hesse), en plein cœur de l'Allemagne. La procédure de dédouanement à l'importation est engagée en Allemagne durant la phase même de transport, de sorte que les colis soient en règle dès leur arrivée à Neuenstein. De là, les envois peuvent circuler librement dans le reste de l'Union, à bord de l'un des quelque 300 camions GLS.

## Abolition des handicaps concurrentiels

Le chargement, le transport et le dédouanement se déroulant en parallèle et la mécanique étant parfaitement rodée, le potentiel est énorme en termes d'efficacité: les livraisons venues de Suisse peuvent atteindre leur destination dans un pays voisin dans les 24 heures. Les destinataires ne relèvent donc plus aucune différence par rapport à un envoi national. En matière de service également, l'entreprise exportatrice suisse jouera sur un pied d'égalité avec ses concurrents européens, et ce grâce à des prestations complémentaires telles que le renvoi en Suisse, la distribution contre paiement en espèces ou la livraison à l'adresse souhaitée par le destinataire.



## Savoir

Colis isolés ou chargements entiers – les solutions sur mesure de dédouanement de la Poste simplifient les processus internationaux d'expédition et aident les entreprises suisses à conquérir de nouveaux marchés.

► [poste.ch/dedouanement](https://poste.ch/dedouanement)

Plus d'informations sur le dédouanement électronique à l'importation pour l'Allemagne:

► [poste.ch/import-allemande](https://poste.ch/import-allemande)



### Atouts

- Transports durant la nuit pour des livraisons rapides le lendemain
- Service porte-à-porte dans toute la Suisse et la Principauté de Liechtenstein
- Respect de l'environnement grâce au transport ferroviaire
- Fiabilité maximale dans le respect des délais de livraison
- Dépôt adaptable aux besoins individuels
- Aucun investissement nécessaire dans une propre infrastructure de livraison
- Excellent rapport coût-efficacité à partir de dix palettes environ

► [poste.ch/transportcombine](https://poste.ch/transportcombine)

## Association futée du rail et de la route

par **Stefan Fiechter**, gestionnaire de produits Transport combiné

Internet et la communication mobile ont donné un véritable coup de fouet à l'activité commerciale. Aujourd'hui, toute entreprise se doit d'être rapide et flexible, ce qui expose notamment la logistique des marchandises à des défis considérables. Les commandes doivent arriver rapidement et à temps chez leurs destinataires – condition sine qua non pour garantir un service de qualité et prévenir les coûts élevés liés aux retards, que ce soit en raison du stockage ou d'occasions de vente manquées.

### Toutes les localités de Suisse reliées par un réseau intelligent

Dans le cadre du transport de marchandises et de colis, la Poste a élaboré un système sophistiqué permettant de rejoindre n'importe quelle localité en Suisse, même dans les vallées les plus reculées, de manière fiable et rapide. Clé de voûte de ce dispositif: le concept du transport combiné. Grâce à l'association ingénieuse du rail et de la route, les marchandises peuvent être transportées de manière écologique et la chaîne de livraison peut être assurée 24 heures sur 24 sans interruption. Selon l'Office fédéral de la statistique, les heures d'embouteillage par an ont quasiment triplé sur les routes suisses depuis l'an 2000, grimpant de 8000 à 22 000 environ. Ainsi, alors que les camions sont de plus en plus souvent ralentis par des bouchons en journée et immobilisés la nuit en raison de l'interdiction de circuler, les marchandises sillonnent le pays en train, nuit et jour, à une cadence bien précise.

Le transport combiné rend non seulement la chaîne logistique plus fiable et plus rapide, mais il contribue également à la diminution des émissions de CO<sub>2</sub>. Pour chaque trajet reliant les trois grandes régions du pays – Suisse romande, Tessin et Suisse alémanique –, cela représente ainsi, en moyenne, 120 kg de CO<sub>2</sub> de moins. Additionnés, ces chiffres prennent des proportions impressionnantes. À cela s'ajoute le fait que les trains fonctionnent majoritairement à l'énergie hydraulique provenant de Suisse, ce qui est plus écologique. De plus, le transport combiné n'étant pas plus coûteux qu'un transport purement routier, cette solution axée sur

les grands volumes de marchandises (à partir de dix palettes environ) se justifie à plus d'un titre.

### Transporté la nuit, livré à l'aube

Parmi ceux qui mettent à profit l'offre efficace de transport combiné, citons notamment ce grossiste suisse alémanique qui sert régulièrement ses clients depuis un entrepôt central. Une manière de s'assurer que les détaillants de toute la Suisse puissent présenter dans leurs rayons les articles commandés la veille – et ce, dès l'ouverture du magasin.

Ce qu'un client du Tessin commande aujourd'hui sera transporté par voie ferroviaire pendant la nuit pour arriver à temps et de manière écologique au sud de la Suisse. De là, un transporteur de la région livrera la marchandise directement au destinataire. Le partenaire local parlant la langue du client, il saura répondre aux demandes de livraison les plus spécifiques. Le suivi électronique de la marchandise durant toute sa phase de transport permet, de surcroît, une planification plus précise.

# La part belle à la dimension humaine par Daniel Meierhans

Au sein de la Banque Linth, l'accent est mis sur le conseil personnalisé; services numériques et partenaires compétents déchargent le personnel.

Services bancaires mobiles, conseil numérique en placement ou identification en ligne par vidéo – la Banque Linth, première banque régionale en Suisse orientale, compte régulièrement parmi les premiers établissements bancaires suisses à proposer de tout nouveaux concepts, technologies et services à sa clientèle. Cette banque universelle implantée depuis plus de 160 ans sur les rives du lac de Zurich et dans le Sarganserland recourt à la numérisation des documents afin de décharger ses collaboratrices et ses collaborateurs de certaines tâches annexes, leur permettant ainsi de se concentrer davantage encore sur leurs compétences clés.

«Avec notre concept de «banque de l'avenir», nous plaçons l'individu encore plus largement au cœur de nos activités», déclare Roland Greber, Chief Operation Officer (COO) de la Banque Linth. Et d'ajouter: «Plus ils sont fastidieux, plus les services de guichet classiques sont effectués par ordinateur, au distributeur ou via smartphone. Mais les agences n'en deviennent pas pour autant superflues – bien au contraire! Cet allègement nous permet d'élargir notre service de conseil et de miser davantage sur des prestations nécessitant un entretien personnalisé.»

## Une agence modèle

Illustration parfaite de la manière avec laquelle la banque d'avenir Linth interagit avec ses clients, la toute nouvelle agence de Sargans, inaugurée à l'été 2015 est devenue une véritable référence en la matière: les traditionnels guichets et vitres blindées ont fait place à un espace ouvert et lumineux, doté d'une réception qui accueille les clients. Les bancomats destinés aux opérations de dépôt et de retrait sont aussi bien intégrés dans l'espace que le coin café et les desks individuels permettant des échanges informels. Les bureaux adjacents sont, eux aussi, ouverts sur l'espace client. «Notre banque doit être vivante, et la clientèle doit pouvoir s'adresser à nos collaboratrices et à nos collaborateurs sans grandes formalités», explique Roland Greber.

## Accent mis sur la distribution et le conseil

Le nouveau concept d'agence, qui sera mis en œuvre dans l'ensemble des succursales au cours des années à venir, requiert certes des transformations architecturales bien pensées, mais aussi et surtout l'adaptation des tâches du personnel et de l'ensemble des processus aux nouveaux objectifs.



### Solution ▶ Numérisation des dossiers avec un timing respecté

Si l'on veut mettre l'accent sur le conseil personnalisé, il faut pouvoir disposer d'un accès rapide aux documents du client depuis n'importe quel endroit. A cette fin, l'ensemble des documents de base conservés au format papier et les dossiers de crédit ont été numérisés. Une tâche complexe qui requiert, outre une infrastructure performante de scannage, des processus fiables garantissant à tout moment le secret bancaire. «Avec sa compétence pointue en matière de processus, Swiss Post Solutions a su nous convaincre, relève Roland Greber. Nous avons ainsi pu limiter à quelques jours la durée d'indisponibilité des dossiers et respecter scrupuleusement le calendrier serré qui était imposé.»

▶ [poste.ch/swisspostsolutions](http://poste.ch/swisspostsolutions)



### **Solution** Distributeurs multifonctions pour les espèces

Autre élément phare du nouveau concept d'agence de la Banque Linth, le nouveau système de traitement des espèces, pris en charge par des appareils multifonctions de toute nouvelle génération et les spécialistes de SecurePost. Les automates proposent toutes les fonctions de dépôt et de retrait, spécification individuelle des coupures incluse. Spécialisée dans les solutions de logistique des valeurs, SecurePost assure une exploitation sûre et fiable, tout en se chargeant de tous les transports de sécurité internes à la banque.

► [poste.ch/securepost](https://poste.ch/securepost)

«Nous nous positionnons ainsi, pratiquement comme nul autre établissement bancaire suisse, comme une banque de distribution à part entière», poursuit Roland Greber. Les activités ne faisant pas appel aux compétences clés en matière de distribution de produits financiers et de conseil personnalisé seront cherchées, autant que faire se peut, auprès de fournisseurs externes. Le calcul est simple: les prestataires spécialisés sont plus efficaces, ils peuvent ajuster leur offre avec davantage de flexibilité et sont toujours à la pointe de ce qui se fait.

### **«Sparring-partner» pour les projets d'avenir**

Au moment de choisir ses partenaires, Roland Greber suit des principes clairs: «Priorité au prestataire qui accomplit sa mission avec le plus haut degré d'excellence. Ainsi, et seulement ainsi, il nous soulagera efficacement dans notre travail.» Au nombre des partenaires de la banque figure la Poste: «Dans des domaines divers et variés, la Poste travaille activement sur les possibilités offertes en termes de numérisation des processus professionnels, telles que la saisie électronique de documents. Elle nous aborde avec de nouvelles idées, ce qui en fait un précieux partenaire de travail pour nous.»



**Roland Greber, COO de la Banque Linth**

Roland Greber connaît parfaitement les rouages de l'industrie financière. Après un apprentissage dans la banque, il suit une formation d'informaticien de gestion avant de devenir responsable informatique et COO d'une banque privée, puis responsable Business Engineering et Management Support au sein d'une assurance-maladie. En 2013, il se voit confier, en tant que membre de la direction, la responsabilité de la division Opérations et Services de la Banque Linth.

► [banklinth.ch](https://banklinth.ch)



## L'allié des commandes en ligne

Trop souvent les clients interrompent leur commande parce qu'ils n'ont pas leurs identifiants à portée de main. L'intégration du Login Post Connector à votre boutique en ligne simplifie le processus de commande sur votre plateforme: le client utilise toujours le même login pour tous les shops en ligne ayant mis en œuvre cette solution. L'ensemble des options de distribution, telles que PickPost, My Post 24 ou la distribution le soir et le samedi, sont intégrées dans l'e-shop. Votre avantage: l'adresse de livraison actuelle du client est déjà enregistrée.

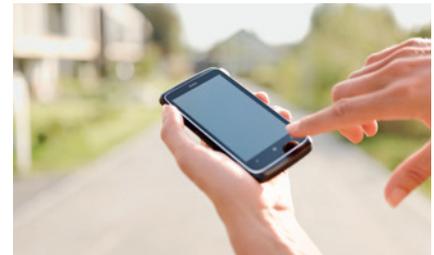
### Atouts

- Un potentiel d'environ 900 000 utilisateurs
- Les clients disposent d'un login unique, fiable, pour tous les e-shops
- Le Login Post Connector est gratuit pour vous

► [poste.ch/login-post-connector](http://poste.ch/login-post-connector)

## L'e-shop facile

Créer sa propre boutique en ligne est un jeu d'enfant et ne coûte pas les yeux de la tête – du moins, avec la solution logicielle suisse freeShops de green.ch qui permet de mettre en ligne un e-shop en quelques étapes seulement et sans connaissances préalables en programmation. La solution idéale pour les petites entreprises et les start-up disposant de ressources limitées. ► [freeshops.ch](http://freeshops.ch)



## Un destinataire bien informé

Le service en ligne «Mes envois» destiné aux particuliers profite également à la vente par correspondance. Le destinataire est informé automatiquement par SMS ou e-mail sur les envois en cours d'acheminement. Il n'a donc plus besoin de se renseigner auprès du vendeur sur la progression de la livraison.

► [poste.ch/mes-envois](http://poste.ch/mes-envois)

## Gagnez 2 journées de pure détente. Participez vite au concours!

Comment appelle-t-on la méthode selon laquelle des entreprises développent de nouveaux services conjointement avec leurs partenaires?

- Multi-Channelling  
 Co-Design

Date limite de participation: 15 juillet 2016.



GAS/ECR/ICR

Nicht frankieren  
Ne pas affranchir  
Non affrancare

50405180  
000001



LA POSTE

Poste CH SA  
Rédaction «Concret»  
Wankdorffallee 4  
3030 Berne



## Envoi de publipostages – à temps et à moindre coût

Un bon timing dans l'envoi des publipostages constitue la clé de leur succès. Grâce à OnTime Mail, vous coordonnez vos envois en nombre – à partir de 10 000 exemplaires – avec une grande précision, tous les destinataires recevant votre envoi en même temps le jour de votre choix. Une prestation encore plus simple et avantageuse depuis janvier 2016. Des tarifs jusqu'à 43% moins chers, aucun chevauchement en cas de publipostages échelonnés et rapprochés dans le temps, ainsi qu'une meilleure planification de la gestion des réponses, tels sont les tout nouveaux avantages offerts par l'offre OnTime Mail. A noter: la baisse du prix pour la distribution le samedi. Une aubaine quand on sait que votre message bénéficie d'une attention accrue le week-end.

► [poste.ch/ontimemail](http://poste.ch/ontimemail)

### Votre publicité? Avec plaisir!

Elargissez votre groupe cible: sur la plateforme en ligne de la Poste, les personnes intéressées peuvent indiquer si elles souhaitent recevoir de la publicité de votre part. Une manière de vous adresser également aux clients possédant l'autocollant «Non merci pas de publicité».

► [poste.ch/offres-a-la-demande-business](http://poste.ch/offres-a-la-demande-business)

### Des lettres en un clic

Réglez l'ensemble de votre courrier par simple clic de souris: vous choisissez, via le pilote d'imprimante, si vos clients doivent recevoir une lettre au format papier ou électronique. Impression, mise sous pli et envoi sont pris en charge pour vous par la Poste.

► [poste.ch/printandsend](http://poste.ch/printandsend)

### Votre personne de contact à la Poste

Des questions sur nos services ou nos produits? Votre conseiller à la clientèle se tient à votre entière disposition.

««Vorname und Name»»  
««Org.-Einheit»»  
««Telefonnummer»»  
««E-Mail Adresse»»

#### Impressum

Edition: Poste CH SA, Berne, [concret@poste.ch](mailto:concret@poste.ch), [poste.ch/concret](http://poste.ch/concret) | Concept/rédaction: alert AG, Zurich | Conception: illugraphic, Hagendorn | Traduction: textocreativ | Impression: Stämpfli Druck, Berne | Informations sur les auteurs: [poste.ch/concret](http://poste.ch/concret) | Paraît trois fois par an. Sous réserve de modifications et de divergences.

## Votre personne de contact à la Poste

<<Region>>  
<<Kundennummer>>

## Veillez rectifier mon adresse

### Mes anciennes coordonnées:

<<Firma>>  
\_\_\_\_\_  
<<Anrede>> <<Vorname und Name>>  
\_\_\_\_\_  
<<Adresse>>  
\_\_\_\_\_  
<<Postfach>>  
\_\_\_\_\_  
<<PLZ und Ort>>  
\_\_\_\_\_  
<<Telefonnummer>>  
\_\_\_\_\_  
<<E-Mail Adresse>>  
\_\_\_\_\_

### Mes nouvelles coordonnées:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

# La Poste oui, les cabines d'essayage non!

Le facteur? Il connaît la taille de mes vêtements et sait parfaitement quelles sont les couleurs qui me vont le mieux. Il a même remarqué que mon pied large m'empêche de trouver les chaussures dont je rêve. Soyons francs: contrairement à mon mari, les détails intimes de ma garde-robe n'ont plus de secret pour lui. Et tout ça parce que je ne supporte pas de me retrouver dans une cabine d'essayage... C'est un mystère pour moi. Comment peut-on avoir envie de mettre un nouveau chemisier – ou pire, un bikini – dans un espace aussi exigü, éclairé au néon, où flottent de doux effluves de transpiration et de parfums bon marché... le tout sans sombrer d'emblée dans la dépression? Vous ne voyez donc pas que la lumière est particulièrement douée pour magnifier la moindre imperfection de votre corps? Et que répondre à cette vendeuse qui ouvre le rideau avant même que vous ayez pu enfiler – laborieusement – un jeans, en claironnant: «Il vous fait vraiment de belles fesses!» C'est simple, si l'e-commerce n'existait pas, j'en serais encore à porter mon pantalon noir taille basse du siècle dernier.

Je vous le dis tout net: Internet a sauvé ma réputation vestimentaire. Aujourd'hui, je sabre le champagne dès que le facteur se présente à ma porte et me tend avec un clin d'œil le colis de ma boutique en ligne préférée. Fini le stress lors des essayages! Je n'ai qu'à me placer devant mon grand miroir qui me met si bien en valeur. Un coup d'œil dans mon

armoire, et hop, je sais si la couleur de mon chemisier va avec celle du blazer ou si mes talons ne sont finalement pas trop hauts pour ma petite robe d'été. Entre-temps, je suis devenue une pro de l'e-commerce et je commande toujours les pantalons en deux tailles. Comme ça, mon facteur n'a pas besoin de passer trois fois par semaine. Et moi, je n'ai pas à lui avouer que le jeans était trop serré, que j'ai dû le renvoyer et le recommander. Parfois, je me dis que nos conversations sur la mode lui manquent. Ou alors ce sont les bonnes affaires que son employeur a faites avec moi. Devinez quoi: récemment, il m'a demandé si j'avais enfin réussi à dénicher ces sandales parfaites...

## L'auteure

Nicole Althaus est auteure, chroniqueuse et membre de la rédaction en chef de la «NZZ am Sonntag». Elle écrit fréquemment sur des sujets sociopolitiques et dirige les magazines de l'entreprise, notamment «Stil» et «Z».



Herr  
Max Mustermann  
Musterstrasse 1  
1111 Musterstadt

## Concours

### Gagnez 2 journées de détente

Laissez-vous choyer! L'hôtel Grischa, doté d'une architecture exceptionnelle et d'un design intérieur qui rend un magnifique hommage à la région de Davos, vous attend. Son ambiance stylée séduit les visiteurs dès leur arrivée dans le hall d'accueil. Cinq restaurants leur garantissent des expériences culinaires de haut niveau, toujours renouvelées.

► Répondez à la question figurant sur la carte-réponse et gagnez une nuitée VIP pour deux personnes, repas gastronomique de 4 plats compris en soirée!

**Conditions de participation:** Seule une réponse à la question posée est exacte. Le gagnant/La gagnante sera tiré/e au sort parmi les envois munis de la bonne réponse et informé/e par écrit. Toutes les personnes sont autorisées à participer, à l'exception des collaborateurs et des collaboratrices de Poste CH SA. Le prix du concours ne peut être transmis à des tiers ou converti en espèces. Aucune correspondance ne sera échangée au sujet du concours. Tout recours juridique est exclu.



P.P.  
CH-3030 Berne



Poste CH SA  
3030 Berne

