

LE MAGAZINE POUR NOS
CLIENTS COMMERCIAUX

CONCRET

AVRIL 2017

Adieu coûts fixes – bonjour dépendance?

Alléger ses coûts d'explo-
itation avec des services
complémentaires

Atteindre un même
niveau de qualité avec
moins de travail

Les nouvelles solutions
pour gagner en précision
et en efficacité

LA POSTE 

Dynamique jaune.



Chère lectrice, cher lecteur,

Les clients sont en quête de prestations plus individuelles, adaptées à leurs besoins et, si possible, toujours moins coûteuses. En tant qu'entrepreneur, ce constat vous contraint à viser une amélioration continue du rapport qualité-prix, à trouver des manières d'optimiser vos processus et à identifier les prestations que vous pourriez confier à un partenaire afin de diminuer les coûts.

Autant de défis que la Poste est elle aussi appelée à relever. Nous investissons sans relâche dans l'optimisation de nos services ainsi que dans la transformation numérique. Et réduisons nos coûts. Par exemple, en misant sur des trois-roues électriques, plus efficaces, pour la distribution du courrier.

Bonne lecture!

Ruedi Henke
Responsable distribution du courrier Zurich-Argovie-Zoug

Dans ce numéro

Autres thèmes

Comment ça marche 8
La chronique de Nicole Althaus 14
Concours 14



Réduire ses coûts fixes par l'outsourcing: Ueli Hänni, responsable logistique, Hanspeter von Ah, expert ADLATUS, et Sabrina Borrelli de la Poste se demandent si, et où, des dépendances peuvent en résulter.

Vos questions à l'expert

Question d'un lecteur sur le thème «Le secteur privé et la Poste – entre partenariat et concurrence» du dernier numéro:

Stefano Felts, Zofingue:

Notre PME traditionnelle est une cliente fidèle de la Poste. Or, celle-ci devient une concurrente dans notre secteur. Pourquoi ne tient-elle pas plus compte de la situation de ses clients en leur proposant p. ex. des contreparties pour désamorcer la situation?

Christian Jaag, expert en régulation

Comme toute entreprise, la Poste tient à entretenir de bonnes relations avec ses clients et ses fournisseurs. Mais en matière de «contreparties», sa marge de manœuvre est limitée: dans le cadre de son mandat de service universel, elle doit définir ses prix en vertu de principes uniformes et ne peut privilégier des partenaires, aussi bons soient-ils. Pour certains gros mandats, elle doit même lancer des appels d'offres.



Livré jusque dans la voiture

Avec LeShop.ch, Volvo et la Poste, le shopping en ligne gagne encore en commodité. Les produits commandés sur LeShop.ch sont livrés directement dans le coffre de la voiture en stationnement. Grâce à une clé numérique conçue à cet effet, Volvo octroie au facteur colis de la Poste un accès temporaire au coffre. «In-car Delivery» offre ainsi des lieux et des horaires de livraison flexibles, évite les échecs de livraison et rend le shopping en ligne encore plus aisé depuis le 1^{er} mars, à Genève, Lausanne, Zurich et Berne.

► poste.ch/coffre



9 Parlons métier

Par l'externalisation de la logistique, les services à valeur ajoutée libèrent de nouveaux potentiels d'efficacité.



Concret – business

10

Qualité égale avec moins de travail – un pari que Zollikon (ZH) a gagné en externalisant son courrier interne.

De nouvelles solutions pour mieux investir votre franc publicitaire, rendre envoi et logistique plus efficaces.



12 Offres

En bref

Quand, où et comme le client le veut

Depuis février, les clients privés peuvent gérer individuellement la réception de leurs colis. Cette démarche de la Poste profite aussi au service clientèle des commerçants en ligne. ► poste.ch/organiser-reception

Check-up publipostage et billet gratuits

A la Foire suisse du marketing de dialogue et à la Swiss eBusiness Expo (5 et 6 avril), à Zurich, la Poste examine gratuitement votre courrier publicitaire. Demandez votre billet gratuit: ► dialog-marketing-messe.ch/post

Post Company Cars SA en route

Mobility Solutions se présente désormais sous le nom de Post Company Cars SA. De nouveaux services viennent enrichir son offre de gestion de flotte. ► poste.ch/companycars

Publicité climatiquement neutre

Profitez de l'image du label «pro clima» sur vos envois climatiquement neutres et la Poste assume les coûts liés à la compensation des émissions de CO₂. Depuis le début de l'année, cela vaut aussi pour les envois publicitaires non adressés PromoPost. Depuis 2012, la Poste achemine sans impact sur le climat toutes les lettres adressées en Suisse, sans supplément, et investit dans des projets climatiques nationaux et internationaux.

► poste.ch/carbone-neutre

Adieu coûts fixes – bonjour dépendance?

par Daniel Meierhans

Externaliser le service de livraison peut réduire les coûts. Mais cela occasionne-t-il des dépendances – et si oui, à quel niveau? C'est l'objet de la discussion menée par Ueli Hänni, responsable logistique chez Ecomedia/Papedis, grossiste en fournitures de bureau, Hanspeter von Ah, conseiller indépendant, et Sabrina Borrelli, spécialiste des solutions clients à la Poste.



Monsieur Hänni, pour quelles raisons Ecomedia/Papedis a-t-elle confié, au printemps dernier, son service de livraison à la Poste?

Ueli Hänni: L'aspect coûts a été déterminant. Nos véhicules étaient souvent sous-exploités et, suite à la fusion d'Ecomedia et de Papedis en 2015, nous devions consolider les livraisons depuis deux centres logistiques, ce qui aurait requis une exploitation 24 h/24. Les marchés évoluant très vite, l'exploitation économique de notre petite flotte est devenue compliquée.

Madame Borrelli, d'expérience, diriez-vous qu'Ecomedia/Papedis présente le profil type du client intéressé par une externalisation?

Sabrina Borrelli: Une fusion, comme ce fut le cas pour Ecomedia/Papedis, ou la fermeture d'une unité opérationnelle constituent le point de départ classique. On pense en termes de coûts, que l'on veut réduire ou «*variabiliser*» pour mieux réagir aux besoins des clients ou aux mutations du marché. Autre facteur, les nouvelles dispositions légales. Nous pouvons les intégrer directement aux

processus afin que les clients n'aient plus à s'en occuper. Certains veulent se recentrer sur leurs compétences clés ou bénéficier, grâce à nous, d'un savoir-faire spécial

Hanspeter von Ah: En matière de coûts fixes, les PME sont prises en tenaille, voulant, d'une part, préserver leur flexibilité dans la gestion des mandats et se demandant, d'autre part, si elles peuvent encore se permettre de tout faire elles-mêmes.



Animateur

Daniel Meierhans

Docteur en biochimie et journaliste, il a fait de l'interface entre technologie et business sa spécialité.



Sabrina Borrelli

En tant que cheffe d'équipe, l'ingénieure en économie est en charge de grands projets clients au sein de la Poste. Son équipe offre un accompagnement aux entreprises, depuis l'élaboration de différents concepts jusqu'à la mise en application de la solution, en passant par les diverses phases de calcul.



Ueli Hänni

Responsable logistique chez Ecomedia, grossiste en matériel d'impression et en fournitures de bureau, ce professionnel expérimenté met en œuvre le regroupement, décidé en mai 2015, d'Ecomedia et de Papedis, créée à l'initiative de la société coopérative d'achat pour papetiers PEG.



Hanspeter von Ah

Avant de rejoindre ADLATUS, réseau d'expérience et de compétences, cet économiste d'entreprise a officié dans diverses entreprises de taille moyenne. Ses spécialités: optimisation des processus, organisation et management.



Des questions au sujet de l'externalisation?

Notre expert indépendant Hanspeter von Ah répond à vos questions en ligne, du 23 mars au 14 avril 2017. Vous découvrirez les contributions les plus intéressantes dans le prochain «Concret».

› poste.ch/concret-expert

Un dilemme qui touche à l'identité même de beaucoup d'entreprises suisses. L'indépendance est-elle si importante?

HvA: Je crois qu'on accorde trop de crédit à cet argument. La dépendance est souvent inférieure à ce qui est prévu. D'autant qu'une répartition plus claire des tâches allège l'organisation. Question processus, les entrepreneurs jeunes sont souvent plus ouverts à de nouveaux modèles.

UH: Aux yeux de nos clients, l'externalisation nous fait sûrement perdre en indépendance dans un premier temps. La dimension personnelle disparaît si nous n'assurons plus la livraison. Mais, pour nous, je ne vois pas de grande perte. Nous travaillons avec des partenaires depuis longtemps. Aujourd'hui, plus personne ne fait tout tout seul.

Par dépendance, on entend aussi l'adaptation aux processus standard de la Poste. La différenciation en pâtit-elle?

UH: Effectivement, chez nous, tout ne s'accorde pas aux services standard de la Poste. Certains articles sont trop grands, trop lourds ou trop compliqués pour les véhicules de la Poste. Nous devons, en outre, nous adapter aux processus internes de nos gros clients, ce qui requiert de la flexibilité. Nous

avons donc maintenu chez nous un service de livraison minimum pour les cas particuliers.

SB: Notre faculté d'adaptation varie en fonction du réseau de transport. La règle veut que plus les processus sont automatisés, plus ils sont standardisés en termes de format, de poids et de conditions de livraison. Cela va du «réseau colis», où tout doit se conformer à une même technologie de tri, jusqu'à la possibilité de servir les clients avec un concept de transport entièrement individualisé. De l'autre côté de l'équation, il y a le prix, qui baisse avec le degré d'automatisation.

L'adaptation aux standards est-elle à l'origine de l'opposition de certains collaborateurs et clients?

HvA: Phénomène typique, les collaborateurs peuvent y voir une régression. Il s'agit de communiquer en interne et à l'externe que ces changements ne sont pas voués à optimiser en premier lieu leur propre travail, mais le service client ou la structure des coûts. C'est là que le management a son rôle à jouer.

SB: En matière d'«outsourcing», la communication est fondamentale, que ce soit entre partenaires, au sein de l'entreprise ou avec les clients. Les aspirations de l'ensemble des parties

doivent être posées sur la table afin qu'une base commune puisse être définie, sur laquelle des solutions viables pourront être bâties.

UH: Je ne peux qu'acquiescer. En ce qui me concerne, l'aspect psychologique, c'est-à-dire informer et motiver les personnes concernées, a joué un rôle majeur ces derniers mois. Mais juste après la migration, nous avons dû procéder à des adaptations considérables, que nous n'avions pas prévues. Nous avons nettement sous-estimé la part de clients optant pour le service de livraison de nuit.

SB: De telles erreurs de jugement ne sont pas chose rare. L'expérience a montré que le comportement du client final n'est prévisible que jusqu'à un certain degré. S'il diffère de ce qui est prévu, il faut faire preuve de flexibilité. Nous mettons alors à la disposition de l'entreprise des spécialistes qui la suivent de très près jusqu'à ce que la machine soit rodée.

Si vous faites un premier bilan: le jeu en vaut-il la chandelle?

UH: Nous ne disposons pas encore de chiffres précis. Mais la transparence des coûts obtenue est presque plus importante pour moi que les économies réelles. Nous savons maintenant avec précision ce qui génère telle ou telle charge de travail, et pourquoi. Cela nous permet d'aborder nos clients avec un meilleur argumentaire et de proposer les «extras» à prix équitable.


HvA: Sans oublier les innombrables possibilités qui s'ouvrent à vous après une externalisation.

UH: Tout à fait d'accord. Nous avons ainsi pu décaler la clôture des commandes de midi à 17 h. Et le service de livraison de nuit a vu sa cote de confiance augmenter. Cela nous a permis de doubler notre «drop shipping» par lequel nous livrons, au nom de nos clients, les clients de ces derniers.

Savoir

Externalisation: six facteurs de réussite

1. Définir les processus possibles, cas particuliers inclus, et anticiper les coûts qu'ils engendrent.
2. Déterminer qualitativement et quantitativement objectifs, attentes et critères décisionnels.
3. Définir l'organisation du projet avec ses étapes clés, les responsabilités et l'adaptation des systèmes informatiques.
4. Mettre en place un management partenarial bilatéral avec scénarios «best case/worst case» ainsi que des procédures précises d'escalade.
5. Planifier un processus du changement interne ainsi qu'une communication active avec clients et collaborateurs.
6. Veiller à un contrôle continu des coûts et à un développement durable du partenariat.



«Les aspirations de l'ensemble des parties doivent être posées sur la table.»

Sabrina Borrelli, cheffe de projets clients auprès de la Poste

«La dépendance qui en résulte est souvent bien inférieure à ce qui est prévu. D'autant qu'une répartition plus claire des tâches permet d'alléger l'organisation.»

Hanspeter von Ah, conseiller ADLATUS

«Nous savons maintenant avec précision ce qui génère telle ou telle charge de travail, et pourquoi.»

Ueli Hänni, responsable logistique Ecomedia/Papedis

Glossaire

- Variabilisation
- Drop shipping
- Réseau colis

► poste.ch/glossaire



Bénéfices

Les prestations «sur le dernier kilomètre» offrent les avantages suivants aux PME:

- Mise à profit des infrastructures existantes au lieu d'en créer/entretenir soi-même
- Proximité avec le client et amélioration du service
- Surcroît d'efficacité par franc investi
- Variabilisation des coûts fixes
- Solutions individuelles selon les besoins

► poste.ch/solutions-clients-lettres

Rapprocher les PME de leurs clients

par Claudia Bardola

Créer de la proximité avec le client est complexe et coûteux, mais essentiel dans une ère ultranumérisée. En contact avec vos clients quasi quotidiennement, la Poste peut tisser cette proximité pour vous. Illustration avec la collecte de textiles.

La Poste est la seule entreprise suisse à couvrir presque intégralement le dernier kilomètre qui vous sépare du client final: 6 jours sur 7, factrices et facteurs passent chez presque tous les foyers ou sites d'entreprises suisses. Les entreprises peuvent désormais tirer profit de cette prestation en confiant certaines tâches à la Poste sur ces derniers mètres. Plus besoin d'investir soi-même dans une infrastructure grâce à ce dispositif qui leur permet de réduire massivement leurs coûts fixes.

Prenons l'exemple d'une organisation suisse de collecte de textiles, qui a rendu possible la collecte des sacs de vêtements usagés au pied de la boîte aux lettres. Des sacs que le personnel de distribution récupère lors de sa tournée quotidienne. Alors qu'avant, il fallait se rendre au centre-ville ou attendre les rares jours de collecte, faire don de ses vieux vêtements est désormais aisé. La collecte étant

devenue plus efficace, économique et écologique, l'organisation de recyclage de textiles y gagne elle aussi. Au lieu d'une collecte à un jour précis, impliquant une logistique interne complexe, les sacs sont aujourd'hui prélevés par le personnel de distribution et apportés dans un centre logistique de la Poste au moyen de chariots mis à disposition par cette dernière. Là, ils sont rassemblés dans des conteneurs de l'organisation. Celle-ci a ainsi pu automatiser ses processus de manière ciblée et réduire durablement ses coûts fixes.

Les solutions de ce type, la Poste les développe en collaboration avec les entreprises intéressées, comme l'explique Florian Fertl, responsable Dernier kilomètre & Business Solutions à la Poste: «Pour schématiser, les services sont groupés sous les domaines «Chercher et apporter» ainsi que «Collecte d'informations» qui consiste,



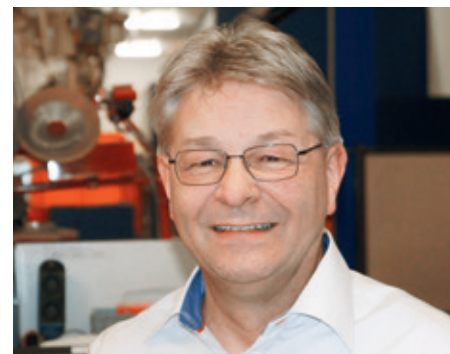
par exemple, à vérifier l'accessibilité d'un lieu aux fauteuils roulants.»

Selon Florian Fertl, la demande en services «sur le dernier kilomètre» est en augmentation: «Notre personnel de distribution est amené à assurer le relevé des compteurs électriques pour des fournisseurs locaux ou à livrer des produits de la ferme dans la région.» D'autres projets sont en gestation, comme le service de livraison à domicile pour le compte d'un détaillant ou les mesures de réseau pour des opérateurs de téléphonie mobile.

Les services à valeur ajoutée allègent les coûts d'exploitation

par **Daniel Sarbach**, responsable entrepôt/processus d'entrepôt chez PostLogistics SA

Les entreprises sont toujours plus nombreuses à externaliser le transport et l'entreposage, mais aussi à profiter de services à valeur ajoutée. Ceux-ci dépassent largement l'offre de base et variabilisent les coûts fixes de l'entreprise.



Logistique = transport + entreposage? Une formule désuète. Outre tous les processus liés aux flux de marchandises, la logistique englobe des interventions telles que l'assemblage de composants, le reconditionnement ou la préparation de la marchandise en vue d'en faciliter le maniement par le destinataire. Complexes, de telles opérations requièrent un grand savoir-faire et constituent un challenge, notamment pour les PME aux ressources limitées.

Voilà pourquoi, selon l'étude de marché logistique suisse de l'association professionnelle GS1 et de l'Université de Saint-Gall, les entreprises sont toujours plus nombreuses à externaliser le transport et l'entreposage, mais également à recourir à des packs entiers de services à valeur ajoutée, par exemple pour l'étiquetage de marchandises ou le montage d'appareils. Avantages pour les entreprises: elles ne paient que ce qu'elles «consomment», n'ont plus besoin d'investir dans une infrastructure qui risquerait d'être sous-exploitée et gèrent mieux les pics d'activité.

Cross-docking à plus-value

Les services à valeur ajoutée jouent un rôle clé, en particulier en matière de cross-docking – le transbordement sans entreposage. Grâce à eux, les entreprises ne manipulent plus leurs marchandises. Les prestataires logistiques modernes, tels que la Poste, se chargent de la vérification, du contrôle qualité et de la préparation des marchandises

entrantes, avant de les reconditionner, de les regrouper avec celles d'autres fournisseurs et de les préparer pour le transbordement.

La composition de kits ou des adaptations au marché suisse, le remplacement des modes d'emploi, des garanties ou des prises sur les appareils sont également possibles.

Assemblage et livraison prête à l'emploi

Souvent, des solutions globales sont élaborées avec le client, comme pour ce fabricant suisse de systèmes de chauffage et de climatisation: les composants de fournisseurs du monde entier sont livrés au centre logistique de la Poste de Mägenwil (AG) où les appareils sont assemblés par la Poste selon les consignes du client avant d'être livrés sur le chantier, prêts à l'emploi.

De tels services à valeur ajoutée permettent aux entreprises de se concentrer sur leur cœur de métier. Elles évitent le recours à des solutions internes onéreuses, transforment les coûts fixes en coûts variables et accroissent leur efficacité.

Offre

Votre conseiller à la clientèle se fera un plaisir de vous montrer comment optimiser votre chaîne logistique grâce à d'ingénieux services à valeur ajoutée, augmenter le niveau de vos prestations, améliorer votre degré d'efficacité et réduire durablement vos coûts fixes.

Informations complémentaires et vidéo de présentation:

► poste.ch/cross-docking-vas



Une qualité intacte avec moins de travail par Daniel Meierhans



Pour planifier et mettre en œuvre l'externalisation, Namgyal Gangshontsang, responsable du secrétariat municipal, a pu compter sur le savoir-faire pratique de l'ancien huissier communal, Andreas Blättler (à droite).

En externalisant les tâches liées au courrier interne, la commune de Zollikon (ZH) a baissé sa charge de travail administratif tout en restant fidèle à ses exigences de qualité. Le service de la Poste s'adapte en tous points aux besoins du client.

On dépose les lettres et les colis à la Poste; on ne les apporte pas soi-même à leur destinataire. Une évidence, semble-t-il. «Mais pour nous, l'envoi et la réception du courrier ne s'arrêtent pas à la boîte aux lettres», explique le responsable du Bureau du conseil municipal de Zollikon (ZH), Namgyal Gangshontsang: «Les envois doivent être livrés triés, le matin, puis récupérés, affranchis et imputés aux centres de coûts, le soir.» La Poste assurant aussi ces tâches, l'envoi et la réception de courrier se muent en processus «end-to-end».

C'est à l'automne 2016, alors que l'huissier communal allait bientôt prendre sa retraite, que l'externalisation du courrier interne de la commune de Zollikon a été finalisée. M. Gangshontsang a vite compris que ce poste ne pourrait être maintenu à l'ère du numérique. En quête d'alternatives, il a donc planifié une répartition des tâches jusque-là assurées par l'huissier et examiné les possibilités d'externalisation.

De hautes exigences de qualité

«L'outsourcing du courrier interne s'est imposé en toute logique. Chez nous, cette activité représente un poste à 50%», poursuit M. Gangshontsang. Or, le prestataire en question devrait se conformer au niveau de qualité offert jusque-là, notamment en termes de confidentialité. Une grande fiabilité était également requise dans la remise du courrier aux destinataires internes, car, dans le cas des affaires courantes, même les retards les plus infimes peuvent aboutir à un non-respect des délais. M. Gangshontsang tenait aussi à ce que l'externalisation n'occasionne pas de procédures trop compliquées au sein des services.

Lors de l'évaluation des prestataires potentiels, la Poste s'est imposée comme la seule option capable de remplir toutes les exigences.



La Poste est en contact quotidien avec la commune.
Envois prêts à être affranchis (à droite).

Productivité et transparence des coûts

Aujourd'hui, Zollikon a externalisé tous ses processus postaux: le matin, la Poste trie les envois en fonction des différents services communaux. Ils peuvent ainsi être déposés sans délai dans les compartiments prévus à cet effet sur place. Le soir, la Poste vient non seulement récupérer le courrier, mais elle l'affranchit et l'impute également aux centres de coûts correspondants au sein de la commune. La prestation est complétée par un service de coursier entre l'hôpital de Zollikerberg et l'office d'état civil.

M. Gangshontsang a été convaincu par le résultat et par la manière dont les interlocuteurs de la Poste ont mis la migration en place en collaboration avec la commune: «D'emblée, les entretiens étaient très ouverts et productifs.» Avec une mention spéciale à la transparence des coûts: le prix de chaque variante a toujours été clair.

Le secrétariat et les services y gagnent

D'après M. Gangshontsang, l'externalisation a permis de diminuer sa propre charge de travail organisationnel, la Poste fournissant toujours un remplaçant en cas de congés ou d'autres absences. Les collaborateurs des différents services y gagnent eux aussi. Chaque service reçoit notamment une liste électronique des destinataires pour ses envois recommandés (PDF avec numéro d'envoi pour le suivi). Ainsi, les collaborateurs peuvent localiser un envoi à tout moment. Grâce à un reçu spécifiquement adapté aux besoins, les décomptes comptables sont, eux aussi, devenus plus aisés. L'huissier devait encore imputer manuellement les coûts d'affranchissement.

Solution

Envie de gagner du temps et de réduire votre charge de travail dans le traitement de votre courrier entrant et sortant? La Poste aide les entreprises à simplifier les tâches postales et à optimiser les processus. Elle élabore des concepts permettant une externalisation ciblée des prestations postales. Objectif: mettre au point une solution occasionnant de faibles coûts pour le processus d'ensemble et répondant aux besoins précis des clients.

► poste.ch/solutions-clients-lettres

Namgyal Gangshontsang, responsable du secrétariat municipal de Zollikon

Depuis environ un an et demi, ce traducteur de formation dirige le secrétariat municipal de Zollikon. Conseiller communal d'Oetwil am See (ZH), il connaît parfaitement l'aspect politique d'une administration. Professionnellement, il dispose de solides bagages dans le secteur des finances, du conseil et du tertiaire.

► www.zollikon.ch





Le test de moyens publicitaires, clé du succès

Vous avez des idées originales pour une campagne de marketing direct, mais n'êtes pas sûr(e) du support publicitaire qui touchera votre groupe cible? Le test de moyens publicitaires PromoPost est fait pour vous! Le principe: les facteurs distribuent, de manière aléatoire, différentes variantes de votre publicité non adressée, dans la zone de diffusion définie par vos soins. Vous obtenez ainsi des résultats pertinents, vous affinez votre stratégie de publipostage et assurez la réussite de votre campagne.

Atouts

- Un instrument simple et peu coûteux pour tester différents moyens publicitaires
- Pertinence élevée grâce à la distribution aléatoire des différentes variantes

► poste.ch/promopost

Photo: Poste CH SA

En plein dans le mille

Pour savoir comment maximiser votre réussite par le biais de vos messages de marketing direct, misez sur nos séminaires en allemand. Les thèmes comprennent notamment rédaction, planification, vente, réalisation de campagnes par e-mail et réseaux sociaux.

Réduction de 20% pour ceux qui se décideront vite

Les lectrices et les lecteurs de «Concret» s'inscrivant à un séminaire d'ici au 13 avril 2017 profiteront d'une réduction de 20% en indiquant le code promotionnel «KONKRET17» lors de l'inscription en ligne.

► post.ch/dm-seminare

Envoi de courrier en un clic

Avec E-Post Print & Send, vous confiez vos lettres et vos factures à la Poste en un clic. Celle-ci se charge de l'impression, de la mise sous pli et de la distribution de vos envois.

► poste.ch/printandsend

Deux journées à savourer et à rêver? Participez au concours!

Quels coûts les entreprises peuvent-elles nettement réduire en externalisant?

- les frais accessoires
 les coûts fixes

Date limite de participation: 14 avril 2017.



GAS/ECR/ICR

Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

50405180
000001



LA POSTE

Poste CH SA
PostMail
Servicecenter Direct Marketing
Wankdorfallee 4
3030 Berne



Température optimale

Avec ThermoCare Ambient, la Poste propose une solution passive destinée à l'envoi de produits pharmaceutiques, sous température contrôlée, via le canal des colis et des envois express. Une boîte spéciale équipée de deux accumulateurs de chaleur maintient le contenu à la bonne température (entre 15 et 25°C) durant le transport. Expéditeur et destinataire profitent de délais de distribution très rapides et d'un maniement simplifié: à peine réceptionnée, la boîte peut être remplie.

► poste.ch/thermocare-ambient

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.



Une logistique sans effet secondaire

Les entreprises entreposant et transportant des produits pharmaceutiques bénéficient désormais d'une solution logistique entièrement automatisée (Autostore) dans l'entrepôt pharmaceutique de Villmergen. A l'instar de l'Autostore, ce dernier est agréé par Swissmedic, l'Institut suisse des produits thérapeutiques.

► poste.ch/logistique-sante

La logistique de l'e-commerce en live

Que se passe-t-il lorsqu'un client clique sur «Acheter» dans une boutique en ligne? Participez à une visite guidée gratuite à Oftringen et découvrez YellowCube, la solution logistique complète hyperautomatisée de la Poste pour le commerce en ligne.

► poste.ch/visite

Impressum

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

Veillez rectifier mon adresse

Mes anciennes coordonnées:

Mes nouvelles coordonnées:

Téléphone: _____

E-mail: _____

Psst, le gâteau d'anniversaire vient de la pâtisserie

La plupart des gens pensent qu'une maman cultive la patience et l'amour de son prochain. Il y a du vrai dans tout ça, mais le savoir-faire économique que l'on acquiert en tant que mère ne devrait pas être sous-estimé non plus. Au premier bébé, j'ai tout de suite compris que le travail de nuit mérite un supplément d'honoraires. Quant à l'avantage de déléguer, il n'a plus de secret pour moi. Eh oui, en ce qui me concerne, la dernière décennie aura été placée sous le signe de l'outsourcing. Si ma famille n'a rien d'une PME, elle illustre à merveille le principe économique de l'externalisation. Si je n'étais pas une experte dans ce domaine, la présente chronique n'existerait pas, par exemple. Au lieu de potasser mes textes, je serais en train de repasser des chemises et d'investir quelques heures dans un travail pour lequel je ne dispose ni de la bonne infrastructure (mon fer à repasser date de Matusalem) ni des compétences adéquates («et comment je fais sortir ces plis des manches, moi?»). Sans parler de la notion d'envie...

Des années durant, j'ai tout fait moi-même. La lessive, le ménage, le repassage, les gâteaux d'anniversaire. Parce que je pensais que c'était ça, être une bonne mère. Dieu merci, j'ai fini par me rendre compte qu'en acceptant de ne pas faire ce que d'autres savent faire mieux et plus vite que

moi, et en me concentrant sur mes compétences, il restait davantage d'argent dans la tirelire familiale et je pouvais consacrer plus de temps à mes enfants. Et mon image n'en a nullement pâti. Bien au contraire: les chemises sont nickel, le gâteau est enfin mangeable et je suis une mère épanouie depuis que je fais ce qui me plaît vraiment. Bien entendu, il faut pour cela un partenaire qui comprend les besoins précis de son client: la pâtisserie où j'ai mes habitudes a tout de suite saisi que le gâteau d'anniversaire devait être en chocolat, décoré avec tout plein de Smarties et ne pas avoir l'air trop parfait pour donner l'impression du fait maison. Rien ne vaut une bonne communication quand on externalise...

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».



Photo: Anne Gabriel-Jürgens

Concours

Plaisir culinaire et évasion avec vue sur le lac de Zurich

Savourez un séjour à l'hôtel Seedamm Plaza de Pfäffikon (SZ) et, avant un passage exaltant au casino, laissez-vous tenter par un menu gourmet à quatre plats, avec vins d'accompagnement, au restaurant PUR. Répondez à la question posée sur la carte-réponse et gagnez:

- ▶ **1 nuitée pour 2 personnes avec buffet de petit-déjeuner et souper gastronomique (16 points Gault&Millau) avec vins fins.**

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.



SEEDAMM PLAZA

Gagnant «Concret» 3/16
France Loisirs Suisse Sàrl,
Lausanne

Photos: Hotel Seedamm Plaza



Poste CH SA
3030 Berne



219.23.1