

LE MAGAZINE POUR NOS
CLIENTS COMMERCIAUX

CONCRET

AOÛT 2017

Les PME délaissées par le réseau de la Poste?

Juste-à-temps avec la prise
en charge personnalisée

Solution de distribution
individuelle pour plus
d'impact

Des services pour
des PME plus efficaces

LA POSTE 

Dynamique jaune.



Chère lectrice, cher lecteur,

L'un des défis les plus passionnants du suivi personnel de clients commerciaux réside, à mes yeux, dans l'élaboration commune de solutions individuelles. A l'instar de cette entreprise de Haute-Argovie, dont le café fraîchement torréfié enflamme toute la Suisse. Après la transformation de «son» office de poste en filiale en partenariat, le dépôt régulier de ses livraisons, dont le moment dépend du processus de torréfaction, a dû être réorganisé. La solution: une prise en charge au jour près avec créneau horaire défini. Ce service remplit toutes les conditions de livraison antérieures et, en plus, l'entreprise gagne du temps.

J'espère que cette nouvelle édition vous inspirera, vous aussi, pour vos opérations postales.

Ruedi Moor
Responsable Filiale postale de Langenthal

Dans ce numéro

Autres thèmes

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



La transformation du réseau postal répond-elle aux besoins des PME? Urs Gerber, imprimeur, Reto Lindegger, directeur de l'Association des Communes, et Thomas Baur de la Poste discutent des changements.

Vos questions à l'expert

La meilleure question de lecteur sur le thème de Focus «Adieu coûts fixes – bonjour dépendance?» du dernier numéro:

Rolf Bruggmann, Wil:

Notre entreprise est actuellement plongée dans l'étude d'offres d'externalisation. Les conditions de paiement varient fortement d'un prestataire à l'autre. Existe-t-il à cet égard des normes sur lesquelles m'appuyer en tant que client?

L'expert ADLATUS Hanspeter von Ah:

Généralement, les disparités entre les conditions de paiement et structures tarifaires reflètent aussi des différences entre les prestations. Il y a deux moyens d'y voir clair: 1. Analysez précisément ce que vous voulez externaliser puis cherchez le prestataire approprié ou 2. Demandez à deux ou trois prestataires de vous indiquer exactement ce qu'ils peuvent faire pour vous.



Marketing de dialogue: la clé du succès

La passion est primordiale pour la réussite des activités de marketing. Mais il faut également un savoir-faire technique et les bons outils. Vous trouverez les deux, mais aussi de l'inspiration en abondance et de nombreux conseils pratiques sur notre plateforme d'information DirectPoint. Un site Internet, une newsletter et un nouveau magazine papier débordants de contenus pertinents: en ligne et hors ligne, DirectPoint vous propose tout ce dont vous avez besoin – en plus de votre passion – pour des affaires florissantes.

► poste.ch/directpoint



9 Parlons métier

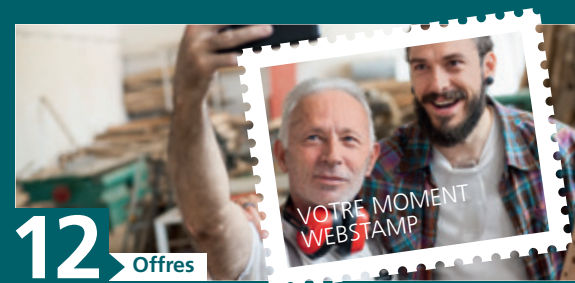
La prise en charge s'adapte aux exigences de juste-à-temps de chaque entreprise.



Concret – business **10**

Une solution client individuelle assure un taux de réponse exceptionnel au publipostage de Suisse Rando.

Sérénité et performance avec les WebStamps animés, les bons partenaires publicitaires et autres services de la Poste.



12 Offres

En bref

Suivi international de petites marchandises

E-Tracking Light est une solution simple et économique de suivi international d'envois de petites marchandises. ► poste.ch/e-tracking-light

Choix du créneau horaire

Avec la nouvelle offre Distribution en plage horaire définie, le commerce en ligne propose à ses clients de choisir le moment du jour où ils recevront leur colis. ► poste.ch/zfz

Système de prix simplifié, nouvelles possibilités

Au 1^{er} janvier 2018, la Poste adaptera son offre aux nouveaux besoins des clients. Le système de prix des envois de colis et express sera simplifié et la gestion des retours de lettres sera diversifiée, entre autres.

► www.poste.ch/offre18

Impulsion pour des idées brillantes

Les jeunes talents et entreprises inventives ont jusqu'au 24 septembre 2017 pour participer au programme PostVenture, qui recherche des modèles commerciaux innovants en phase avec les axes de développement stratégique de la Poste. Les idées déposées seront évaluées par un jury d'experts. Les projets les plus prometteurs bénéficieront d'un financement initial et d'un accès au réseau d'experts de la Poste afin de créer un prototype sous six mois.

► poste.ch/postventure



Les PME délaissées par le réseau de la Poste?

par Daniel Meierhans

La transformation du réseau de filiales inquiète les PME. Urs Gerber de Gerber Druck AG à Steffisburg, Reto Lindegger de l'Association des Communes Suisses (ACS) et Thomas Baur, responsable RéseauPostal, discutent de leurs expériences pratiques.

Monsieur Gerber, à quels défis votre imprimerie est-elle actuellement confrontée?

Urs Gerber: Ils sont extraordinairement divers. Il s'agit principalement de la concurrence internationale accrue, de la numérisation, qui met l'imprimerie à rude épreuve tout en ouvrant de nouvelles perspectives, et de la pression sur les coûts. Nous devons constamment nous demander quelle qualité nous voulons proposer et si la clientèle est encore prête à la payer. Les délais deviennent de plus en plus courts. Nos clients nous envoient un

e-mail le matin et s'attendent à ce que les brochures terminées parviennent aux destinataires finaux le lendemain. Nous avons donc besoin d'un outil de production dernier cri et d'un partenaire qui nous offre cette souplesse.

Monsieur Lindegger, comment ce contexte affecte-t-il les communes et les régions?

Reto Lindegger: Les besoins des communes sont identiques à ceux d'Urs Gerber et des autres PME. Pour conserver leur attrait économique, elles doivent être reliées aux réseaux

d'infrastructures. S'il n'y a pas encore de villages fantômes en Suisse, certaines localités en prennent le chemin. C'est justement pour cela que le débat sur les offices de poste est aussi chargé d'émotion.

Monsieur Baur, vous reconnaissez-vous dans les défis évoqués par Urs Gerber?

Thomas Baur: De nombreux éléments qu'il a cités s'appliquent également à la Poste. Nous subissons la pression de la concurrence et la numérisation est fondamentale pour nous aussi. La



correspondance et les factures passent aujourd'hui de plus en plus par les canaux électroniques. Et le nombre de lettres déposées au guichet a été divisé par trois. Nous devons nous adapter à l'évolution des besoins de nos clients.

Les changements sont surtout perceptibles dans le réseau postal. Monsieur Gerber, qu'est-ce qui change concrètement pour vous?

UG: Autrefois, l'office de poste de Steffisburg était compétent pour tout. Maintenant, il est responsable des questions nationales et nous avons un



Urs Gerber

Le directeur de Gerber Druck AG à Steffisburg a encore appris à couler des lettres en plomb. Aujourd'hui, grâce aux technologies numériques, les commandes de travaux d'impression reçues le matin par e-mail sont prêtes à être expédiées le soir même.



Reto Lindegger

Il connaît la situation dans les communes sous tous ses angles grâce à ses multiples casquettes – ancien chef d'état-major du maire de Bienne, formateur des futurs spécialistes en administration et directeur de l'Association des Communes Suisses. Ces derniers mois, il a soutenu des communes suisses lors des négociations avec la Poste.



Thomas Baur

Responsable RéseauPostal et membre de la Direction du groupe, Thomas Baur est chargé de la transformation du réseau postal. Pour cela, il recherche activement le contact avec les entreprises et les communes, afin de trouver les solutions qui répondent le mieux à leurs besoins.



Daniel Meierhans

Animateur

Ce docteur en biochimie et journaliste a fait de l'interface entre technologie et business sa spécialité.

Glossaire

- Système d'information géographique (SIG)
- Letter ID
- Système ERP

▶ poste.ch/glossaire

interlocuteur à Berne pour l'international. Le point clientèle commerciale en self-service qui vient d'ouvrir est idéal pour nous. A l'office de poste, nous ne pouvions déposer nos envois Priority que jusqu'à midi. Au point clientèle commerciale, nous pouvons le faire jusqu'à 18 h et n'avons plus à traverser la ville pour cela.

Le bilan en matière de service est donc positif pour vous?

UG: En ce qui concerne les dépôts, oui, clairement. Mais le contact personnel a diminué. Si de plus en plus de choses s'effectuent via Internet, le moment viendra où nous n'aurons plus de raison de préférer la Poste à un autre prestataire. Des interlocuteurs personnels qui connaissent notre situation sur place et peuvent donc nous aider à trouver des solutions optimales sont très importants pour nous.

TB: Le contact direct avec les clients nous tient également à cœur, c'est pourquoi nous développons sans cesse les possibilités numériques, mais gérons en parallèle notre propre réseau de filiales. Au total, nous augmentons même les possibilités d'accès à plus de 4000 pour être plus proches de nos clients.

Savoir

Services en ligne importants pour les clients commerciaux

- **Commande de prise en charge:** commande pratique en ligne de mandats de prise en charge.
- **Code à barres:** les codes à barres pour les colis, envois express et lettres intégrés au support d'adressage ou au bulletin de livraison sont disponibles en ligne.
- **WebStamp:** le service peut être intégré au «système ERP», à la boutique en ligne ou au site Internet.
- **E-Post Print & Send:** les lettres sont envoyées directement depuis l'ordinateur. La Poste se charge de l'impression, de la mise sous pli et de l'envoi.
- **Suivi des envois:** «Letter ID» permet de piloter et de suivre des envois en nombre et de traiter individuellement les retours.

► poste.ch/services-en-ligne

«Le SIG nous permet de voir les lacunes qui apparaissent. Nous pouvons ainsi contacter les PME pour trouver ensemble des solutions pertinentes.»

Thomas Baur



L'ACS a-t-elle également vécu ces changements de façon positive?

RL: Pas vraiment. Au départ, cela m'a fait l'effet d'une mesure précipitée, décrétée dans les hautes sphères, loin des réalités du terrain. Des besoins essentiels des PME, comme les envois en nombre ou les versements en espèces, ont été ignorés. Ces services ne sont que peu ou pas disponibles dans les agences. Durant la première phase, les entreprises ne savaient plus où faire quoi.

TB: Je dois admettre que nous n'avions pas suffisamment tenu compte des conséquences pour les PME. Nous pensions que nos solutions couvraient en grande partie leurs besoins. Fort heureusement, nous sommes capables d'apprendre. Désormais, avant de procéder à un changement, nous analysons la situation à l'aide d'un «*système d'information géographique (SIG)*». Celui-ci représente sur une carte toutes les activités postales des entreprises avec lesquelles nous sommes en relation d'affaires. Cela nous permet de voir les lacunes qui apparaissent. Nous pouvons ainsi contacter les PME pour trouver ensemble des solutions pertinentes.

Qu'attendez-vous de la Poste à l'avenir?

UG: Elle doit être compétente et surtout rapide, pour que nous puissions nous démarquer de la concurrence de l'Europe de l'Est. Il nous faudrait donc trouver une autre solution si la distribution quotidienne était supprimée. En tant qu'entreprise, nous avons toujours la possibilité de déménager si notre site ne dispose plus des réseaux d'infrastructures nécessaires. Les communes n'ont pas cette chance et sont donc plus profondément affectées.

RL: C'est bien ce qui leur fait peur. Les régions périphériques ne doivent pas être délaissées. A cet égard, la Poste doit rester visuellement présente en tant que marque dans les villages. Mais il n'y a pas qu'elle. A l'avenir, je vois bien des «hubs» au centre des villages, avec des infrastructures partagées par plusieurs prestataires et commerçants dopant ainsi mutuellement leur fréquentation. La Poste pourrait jouer un rôle clé dans la création de tels centres d'activités.

TB: Je vous rejoins tout à fait sur la visibilité de la marque. Nous améliorons actuellement l'identité visuelle de nos filiales en partenariat. Mais la physionomie de la Poste va certainement évoluer. Je suis personnellement convaincu que la numérisation créera aussi de nouveaux emplois, notamment dans les régions périphériques. Nous testons par exemple en ce moment dans le Jura un service à la clientèle décentralisé, dont le personnel effectue du télétravail.



«Des interlocuteurs personnels qui connaissent notre situation sur place sont très importants pour nous.»

Urs Gerber



«Durant la première phase, les entreprises ne savaient plus où faire quoi.»

Reto Lindegger



Sondage en ligne: Web ou guichet?

De plus en plus de services pour la clientèle commerciale de la Poste sont aussi disponibles en ligne. Les utilisez-vous régulièrement ou préférez-vous vous rendre au guichet? Participez à notre sondage en ligne!

► poste.ch/concret-sondage



Expédition simple 24 heures sur 24 par Claudia Bardola

Trajet court, absence de queue au guichet et ouverture en continu: aux points clientèle commerciale en self-service, les entreprises peuvent déposer leurs envois de manière simple, rapide et flexible.

Installés dans des locaux spéciaux séparés, des conteneurs ou des pavillons sobres et discrets en périphérie de ville, dans les zones industrielles ou d'autres lieux facilement accessibles, les points clientèle commerciale en self-service permettent aux entreprises de bénéficier 24 heures sur 24 des principaux services de base de la Poste. Les PME peuvent y déposer en libre-service des lettres et envois préaffranchis dans les boîtes prévues à cet effet, sans aucune attente. L'offre couvre le courrier A et B, les envois express et en nombre, en Suisse et à l'étranger. Lorsque l'heure limite de dépôt indiquée est respectée, les envois parviennent à destination dans les délais, à l'instar d'une remise ordinaire au guichet postal.

La sécurité est assurée par un système de badge. Les portes ne s'ouvrent donc que pour les entreprises ayant conclu un contrat d'utilisation avec la Poste. La simplicité est également au rendez-vous. Une brève initiation par le conseiller à la clientèle suffit pour permettre aux entreprises de bénéficier de suite du confortable service 24 heures sur 24.

Les points clientèle commerciale en self-service étendent le réseau des possibilités d'accès des entreprises. Grâce à leur accessibilité optimale en voiture, ils offrent également

un gain de temps et de flexibilité. Un avis que partage Hugo Fontana, de la société spécialisée dans la peinture de décoration et de rénovation Fontana & Fontana AG à Rapperswil-Jona: «Pour nous, le point clientèle commerciale de la zone industrielle est une bonne alternative à l'office de poste, assez difficilement accessible en voiture. Il est devenu notre interface pour les principaux services postaux. Nous y déposons presque tous les jours du courrier, des colis et, le cas échéant, des recommandés. Nous apprécions de ne plus être tributaires des horaires d'ouverture du guichet.» Ce dernier point est également très important pour les petites entreprises, dont le personnel ne peut pas simplement s'absenter pendant les heures de bureau pour effectuer des opérations postales.

A l'avenir, le réseau national de points clientèle commerciale en self-service sera étendu – en fonction des besoins des entreprises locales.



Savoir

Autres possibilités d'accès et services postaux pour les PME:

- **Point clientèle commerciale avec service:** réception des envois par les collaborateurs de la Poste.
- **Prise en charge:** enlèvement régulier des envois à une heure convenue.
- **Distribution spéciale:** réception des lettres et colis au moment souhaité.
- **Traitement des espèces:** prise en charge sécurisée des recettes du jour par SecurePost.
- **Centre clientèle sur poste.ch:** accès à tous les services en ligne tels que le suivi des envois ou E-Post Print & Send, pour envoyer son courrier en un clic.

Contactez votre conseiller à la clientèle et découvrez les autres solutions individuelles dont vous pouvez bénéficier.

► poste.ch/entreprises

Très vite de porte à porte

par **Stefan Hert**, gestionnaire de produits Prises en charge

Dans notre actuelle société du juste-à-temps, les commerçants doivent pouvoir expédier leurs envois toujours plus tard. Les solutions de prise en charge de la Poste garantissent votre promesse de livraison et font gagner du temps.



La Poste le ressent et les chiffres le prouvent. Une récente recherche de l'institut d'études de marché GfK montre que la vente en ligne et par correspondance a bondi de 5,3 à 7,8 milliards de francs ces cinq dernières années en Suisse. Le commerce de détail et les habitudes de consommation subissent de profonds changements, et les clients attendent une livraison toujours plus rapide de la marchandise commandée. La livraison le lendemain est devenue la norme, et une forte concurrence pousse les commerçants à s'y engager jusqu'en début de soirée, si possible.

La Poste connaît les défis particuliers auxquels la culture du juste-à-temps confronte les commerçants. Bon nombre d'entreprises n'ayant ni le temps ni la possibilité de déposer leurs volumes d'envois en constante expansion à la Poste juste avant la fermeture des guichets, elles les font prendre en charge par celle-ci. Quelque 8000 entreprises dans toute la Suisse font aujourd'hui enlever quotidiennement leurs lettres, colis, envois express et internationaux par la Poste.

Deuxième conséquence de l'essor des ventes en ligne: dès l'après-midi, les lettres et colis devant partir le jour même s'empilent dans les entreprises. La Poste propose donc aux clients bénéficiant du service de prise en charge de faire enlever un premier lot d'envois postaux en début

d'après-midi. Cela libère de la place et crée de l'ordre, facilitant le traitement des commandes ultérieures.

La société du juste-à-temps est une réalité. Rien ne l'arrêtera. Mais les clients commerciaux de la Poste bénéficient de solutions sur mesure qui les soulagent dans leur travail et leur permettent de tenir leurs promesses de livraison.



Offre

Prise en charge sur mesure

- **Prise en charge régulière:** l'offre standard avec libre choix des créneaux horaires et des volumes.
- **Prix courant individuel avec prise en charge intégrée:** convient aux clients dont le volume de colis est relativement faible et se situe entre 750 et 2500 envois par an.
- **Prise en charge régulière lors de la tournée de distribution et tournée de prise en charge PME:** pour les clients ayant quelques envois par jour, selon la région.
- **Prise en charge occasionnelle:** en plus des prises en charge périodiques susmentionnées, cette variante peut être commandée jusqu'à quatre heures avant l'enlèvement souhaité.

► poste.ch/prise-en-charge

Faire de la pub quand le besoin est maximal

par Daniel Meierhans

Comme toutes les PME, l'association Suisse Rando veut un maximum de retombées avec des moyens publicitaires modestes. Ce printemps, une solution client individuelle lui a permis d'envoyer un publipostage lorsque la météo était propice à la randonnée. Le succès a dépassé toutes les attentes.

L'amour des Suisses pour leur patrie passe moins par leur estomac que par leurs jambes. Plus de 44 pour cent d'entre eux pratiquent la randonnée. Et la tendance est à la hausse. La randonnée est donc l'un des loisirs favoris par excellence. Le réseau de chemins s'étendant sur 65 000 kilomètres n'y est pas pour rien. Depuis leur introduction en 1934, les panneaux indicateurs jaunes sont devenus le symbole d'un guidage fiable.

«Le réseau très étendu, à la signalisation homogène, confère un caractère unique aux chemins de randonnée suisses», souligne Michael Roschi, directeur de Suisse Rando. «Pour assurer sa qualité et son existence, nous comptons sur le soutien financier de la population.» Les cantons et les communes assument certes l'essentiel de la construction et de l'entretien. Le bureau national, chargé de la coordination dans toute la Suisse, de la formation des responsables et de la promotion de la randonnée, est cependant financé à 60 pour cent par des dons. Quant au balisage et au contrôle des itinéraires, ils ne pourraient être assurés sans les 1500 bénévoles des associations cantonales de tourisme pédestre.

Succès fulgurant pour les publipostages papier

«Le papier reste le support roi dans la collecte de dons», constate Evelyne Zaugg-Niederhauser, responsable de la recherche de fonds chez Suisse Rando. Le taux de réussite des publipostages imprimés reste nettement supérieur à celui des campagnes en ligne. Et les possibilités de conception et d'envoi des publipostages ne cessent de progresser. La campagne menée par Suisse Rando au Tessin illustre bien cette évolution.



Solution ▶ Planifier, calculer et déclencher en ligne l'envoi de publipostages

Les entreprises, administrations et associations qui envoient régulièrement des publipostages disposent d'un outil en ligne extrêmement pratique: le PromoPost Manager. Il leur permet de planifier, calculer et ordonner l'expédition. Les zones de distribution et les groupes cibles peuvent être déterminés précisément grâce à divers critères géographiques et sociodémographiques. Utilisable sans inscription, Quick Calculator évalue rapidement les coûts à prévoir.

▶ post.ch/promoposttool

Solution

Les solutions clients individuelles augmentent le taux de réussite des publipostages. Pour Suisse Rando, l'offre standard PromoPost a été complétée par une option supplémentaire liée à la météo. A partir de la date de référence, le mailing a été stocké jusqu'à ce que le temps soit propice à la randonnée. Outre la date, le groupe cible, la zone de distribution ou le format de l'envoi peuvent être adaptés. Des critères spécifiques tels que les foyers avec jardin ou balcon peuvent également être appliqués. Même la remise en main propre par le facteur est envisageable.

Voulez-vous augmenter de manière ciblée votre succès publicitaire?

Dans ce cas, veuillez contacter votre conseillère ou conseiller à la clientèle.

► poste.ch/promopost



A l'automne 2016, il a été décidé de s'adresser pour la première fois aux donateurs potentiels de Suisse italienne, au travers d'une brochure présentant d'attrayantes idées de randonnées. Les discussions avec la Poste ont fait naître l'idée de tester un nouvel outil à cette fin. Dans la région de Bellinzone/Lugano, une distribution devait avoir lieu à toutes les adresses de particuliers – mais uniquement par beau temps. Car le message est mieux reçu lorsque la météo est propice à la randonnée.

Deux fois la valeur de référence

Le résultat de ce premier essai a totalement convaincu les responsables. «Nous avons nettement dépassé nos objectifs. Le taux de réponse était deux fois plus élevé que la valeur de référence pour les ONG», relève Michael Roschi. «En plus de la solution de distribution innovante, nous avons profité de la grande expérience des spécialistes de la Poste en matière de campagnes», précise Evelyne Zaugg-Niederhauser. Le texte et la conception de l'enveloppe ont ainsi pu être optimisés. «Avec la distribution personnalisée, nous disposons d'un nouvel outil à l'excellent rapport qualité-prix», se réjouit Michael Roschi.



Comme toutes les signalisations, le marquage blanc-rouge-blanc des chemins de randonnée de montagne est régulièrement contrôlé et rafraîchi.

Michael Roschi, directeur de Suisse Rando

Ce que Michael Roschi, 41 ans, préfère dans son travail, c'est d'œuvrer au sein d'une équipe dont tous les membres sont passionnés par le «produit». Ce professionnel du tourisme et père de famille passe lui aussi pas mal de temps par monts et par vaux à travers la Suisse pendant ses loisirs.

► randonner.ch





Plus d'émotions pour vos lettres

Avec WebStamp, créez vos propres timbres, ornés de votre logo ou de votre dernier produit. Nouveauté dans l'offre: WebStamp avec vidéo. Un jeu d'enfant: chargez votre petit film personnel sur le service en ligne WebStamp. Imprimez ensuite le WebStamp avec le code Datamatrix crypté sur des étiquettes ou des enveloppes et postez le tout. Le destinataire visionne votre vidéo via la Post-App ou sur le site Internet de la Poste. Ce service supplémentaire est gratuit, vous ne payez que les frais de port habituels.

Savoir

Le WebStamp avec vidéo est parfait pour présenter de nouveaux produits, lancer des invitations ou promotions et publier des actualités.

► poste.ch/webstamp-business



Trouver un partenaire

Une coopération publicitaire vous intéresse-t-elle? Sur Atrium, la nouvelle plateforme en ligne de la Poste, vous trouverez le partenaire idéal, que ce soit pour acquérir ou fidéliser des clients.

► post.ch/atrium

Tout compris sans souci

Post Company Cars vous décharge de la gestion de flotte: quel que soit le constructeur, avec ou sans financement, avec facturation au forfait ou selon les frais. Tandis que vous vous concentrez sur votre activité, nous nous chargeons des pneus, pannes et polices d'assurance.

► poste.ch/gestion-de-la-flotte

Scannez le code et visionnez le film d'animation



2 jours de gastronomie et de culture? Participez au concours!

Quel est l'avantage des points clientèle commerciale en self-service?

- Accessibles à tous
- Ouverts en continu

Date limite de participation: 15 septembre 2017.



GAS/ECR/ICR

Nicht frankieren
Ne pas affranchir
Non affrancare

50405180
000002



LA POSTE

Poste CH SA
PostMail
Servicecenter Direct Marketing
Wankdorfallee 4
3030 Berne



Moins de retours

Utilisez-vous la prestation complémentaire Signature ou Assurance pour l'envoi de colis à vos clients privés? Si oui, ceux-ci peuvent depuis début avril octroyer l'autorisation de distribution en ligne. Le facteur peut ainsi déposer l'envoi dans la boîte auxiliaire ou à l'endroit défini, même en l'absence du destinataire. Un taux de retours en baisse a un double avantage pour votre entreprise: des économies et des clients plus satisfaits.

► poste.ch/autorisation-de-distribution

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.

Monté, terminé!

Notre service de montage décharge les collaborateurs de vos services après-vente et livraison. Meubles, téléviseurs ou lave-linge, des collaborateurs de la Poste formés installent vos produits chez le client, les mettent en service et éliminent si nécessaire l'emballage et l'ancien appareil.

► poste.ch/service-de-montage

Ecologique

Le camion pour les trajets courts, le train de marchandises pour les autres. Le transport combiné réunit les atouts des deux solutions logistiques en un service porte-à-porte étendu et fiable. Particulièrement adapté aux transports réguliers de matières premières, produits en vrac et marchandises commerciales sur les axes nord-sud et est-ouest.

► poste.ch/transportcombine



Impressum

Edition: Poste CH SA, Berne, concret@poste.ch, poste.ch/concret | Concept/rédaction: alert AG, Zurich | Conception: Daniel Kauer | 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.

Abonnement gratuit supplémentaire/rectification d'adresse

Destinataire supplémentaire

Modification d'adresse

Société: _____

Société: _____

Prénom/nom: _____

Prénom/nom: _____

Poste: _____

Poste: _____

Rue: _____

Rue: _____

Compl. d'adresse: _____

Compl. d'adresse: _____

NPA/localité: _____

NPA/localité: _____

Téléphone: _____

Téléphone: _____

E-mail: _____

E-mail: _____

Le bonheur sur mesure

En théorie, on connaît depuis longtemps la signification du sur-mesure. On n'ignore pas non plus que l'expression n'est plus réservée aux tailleurs, mais s'est établie dans de nombreuses filières de services: du costume aux vacances en passant par le lit, tout est aujourd'hui taillé sur mesure. Mais il faut se tenir pour la première fois devant un miroir dans une petite robe d'été qui épouse à ravir la silhouette pour comprendre vraiment la différence. Jusque-là, on était simplement habillé. Désormais, on est élégamment vêtu. La légère amplitude au niveau des hanches, l'empiecement exubérant sous la poitrine... Ce sont les petits détails qui font la différence entre une tenue mettable et vraiment seyante.

Ceci s'applique également aux autres domaines: ce n'est pas de la flûte de champagne à l'arrivée dont se souviendra le client longtemps après avoir quitté l'hôtel, mais de la tasse de thé vert qu'il a demandée le premier soir et qui lui a été spontanément servie en chambre pendant tout le reste de son séjour. C'est le fait que l'agence de voyages envoie l'itinéraire de l'aéroport à l'hôtel par SMS au moment du départ qui donne le sentiment d'être en de bonnes mains chez ce prestataire.

Le sur-mesure est moins une question de dépenses que d'attention. Pour donner au client le sentiment de bénéficier d'un suivi personnalisé, il faut en premier lieu connaître précisément ses besoins. Et savoir où réside la petite différence qui fera qu'au-delà de convenir, le service proposé tapera en plein dans le mille. Il faut pour ainsi dire prendre les mensurations du client de pied en cap. En fin de compte, un bon prestataire doit posséder le même talent qu'un tailleur, et savoir à quoi il peut renoncer et ce qu'il doit ajouter pour que le client soit comblé. Les gens sont en effet trop différents pour être tous heureux dans le même pantalon.

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 Gabrieli-Jürgens

Concours

Week-end gourmand idyllique à Stein am Rhein

Découvrez le village historique, sa richesse culturelle et ses paysages naturels impressionnants lors d'un séjour à l'hôtel Klosterhof. Une expérience culinaire hors du commun vous attend en soirée, avec un souper de 3 ou 5 plats au restaurant Le Bateau. Répondez à la question posée sur la carte-réponse et gagnez:

► **2 nuitées pour 2 personnes en suite de luxe, petit-déjeuner au champagne et repas du soir inclus!**

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.


HOTEL KLOSTERHOF
Tel. + 41 52 742 42 42 · www.klosterhof.ch



Gagnant «Concret» 1/17
Alowag AG,
Reinach BL

P.P. CH-3030 Berne Poste CH SA

Poste CH SA
3030 Berne

MIXTE
Produit à partir de
sources responsables
FSC® C006019
www.fsc.org

219.23.1

Photos: Hotel Klosterhof