



La clé de notre succès: des clients satisfaits

Jürg Bucher, directeur général

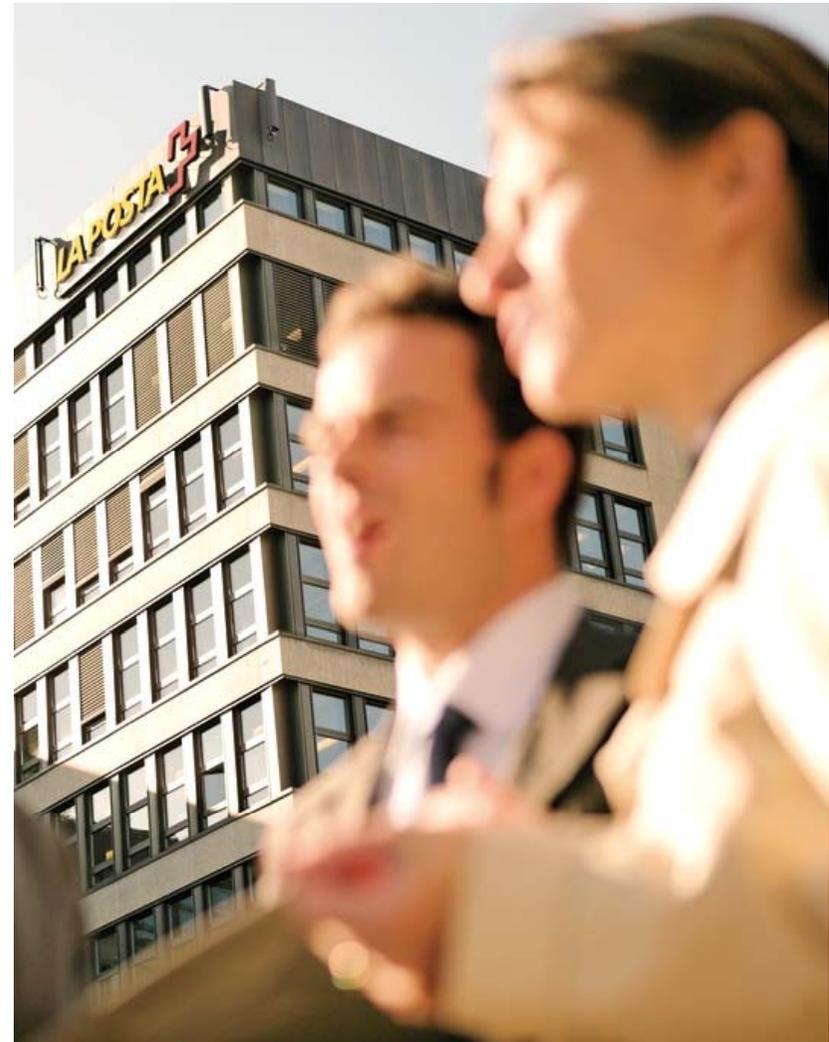
Berne, 11 mai 2011

LA POSTE 

Priorité absolue à la qualité de service

Notre objectif:

«Nous fournissons des prestations postales de grande qualité qui répondent aux besoins de nos clients.»

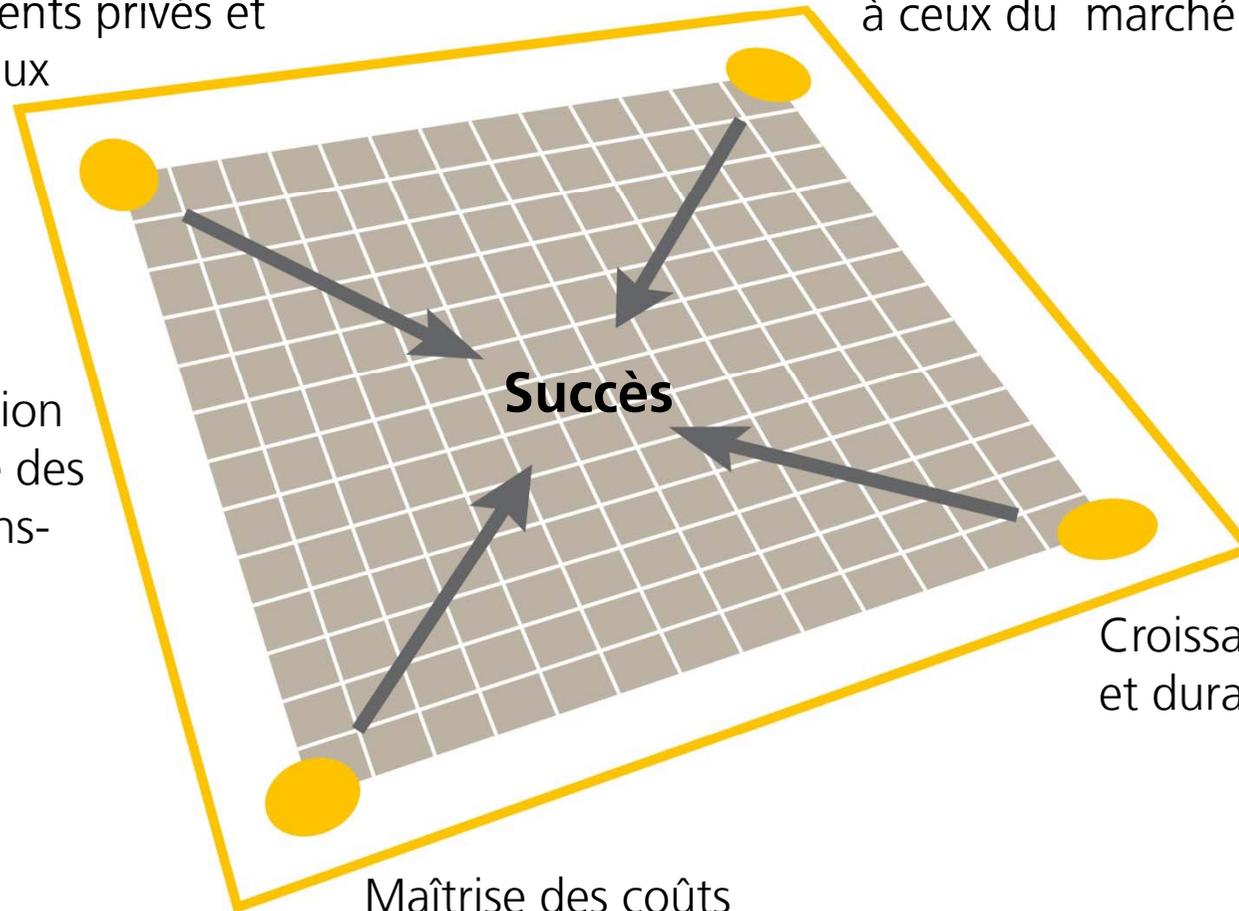


Stratégie 2011-2013 - Orientations

Prestations d'excellente qualité
pour les clients privés et
commerciaux

Prix conformes
à ceux du marché

Exploitation
optimale des
conditions-
cadres



Croissance rentable
et durable

Maîtrise des coûts
socialement responsable

Excellence des prestations au niveau international

Distribution dans les délais

97,2% des lettres en courrier A

98,5% des lettres en courrier B

97,7% des PostPac Priority

97,5% des PostPac Economy

Prix compétitifs

Troisième rang européen pour le prix des colis

Sixième rang pour le prix des lettres

Taux de satisfaction des clients élevé

En moyenne, 80 points de satisfaction sur 100



Amélioration des prestations

Exemples:

- D'ici 2012, création de dix sites postaux modernes et intégrés. Une vingtaine d'autres pourraient suivre.
- Courrier A non adressé: envois à large diffusion aux destinataires d'une même commune



Extension du réseau de points de retrait PickPost

3600 points d'accès

- dont 350 points de retrait PickPost
- possibilité de retirer les lettres recommandées et les colis dans un autre lieu ou à un autre moment
- exemple: dans un autre office de poste, au guichet des bagages d'une gare ou dans une station-service

Dès 2012, près de 500 points de retrait PickPost



Heures de dépôt prolongées pour PostPac Priority

- La Poste prolonge les heures de dépôt pour PostPac Priority dans 64 offices de poste.
- Les colis PostPac Priority peuvent dorénavant être déposés jusqu'à 16h00 dans plus de 200 offices de poste, pour être distribués le lendemain.



La lettre reste un moyen de communication attrayant

- **La lettre physique...**
 - ...s'adresse aux sens et capte donc mieux l'attention;
 - ...provoque des émotions et des réactions chez le destinataire, ce qui permet de fidéliser la clientèle et d'accroître le nombre de réponses.
- **La Poste mise sur les atouts de la lettre en tant que moyen de communication efficace et compétitif.**



Revalorisation des boîtes aux lettres

Un réseau dense

- 15 222 boîtes aux lettres dans tout le pays
- 400 millions de lettres envoyées chaque année

Amélioration de la qualité grâce à des levées tardives

- 93% des lettres seront collectées après 17h00
- Levées à 19h00 dans tous les centres régionaux
- Levées supplémentaires le dimanche à 17h00



Revalorisation des boîtes aux lettres

15 222 boîtes aux lettres

- Levées aujourd'hui, demain
après 17h00: 5400 > **6700**
après 19h00: 318 > **457**
dimanche, 17h00: 253 > **396**
- **Tous les centres régionaux**
- Mise en place: **05.09.2011**
- Investissement annuel : **7,6 mio de francs**

Bilan: aujourd'hui, 68% des lettres sont collectées après 17h00, **demain ce taux atteindra 93%.**



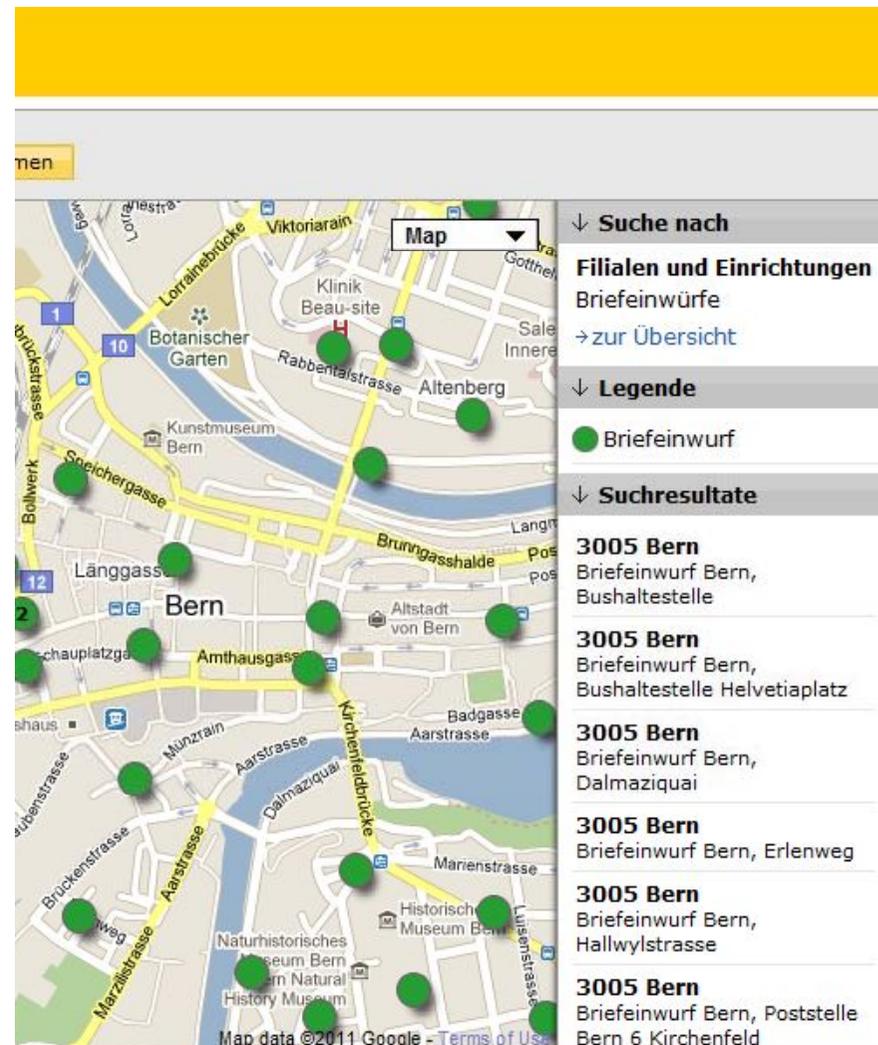
Revalorisation des boîtes aux lettres

Recherche de sites à partir de septembre...

... recherche simple et rapide sur le portail de la Poste

... informations détaillées concernant l'adresse et les horaires de levée pour chaque site

... intégration dans l'application Smartphone de la Poste



La lettre a de l'avenir!

- La qualité du traitement et de la distribution du courrier sera encore améliorée à l'avenir.
- Pour y parvenir, la Poste va investir 10 millions de francs pour doter ses centres courrier des dernières technologies.
- Puces d'identification pour mieux surveiller les conteneurs à lettres
- Formation du personnel



Clients satisfaits et succès pour la Poste, grâce à des prestations d'une qualité exceptionnelle:

- Meilleurs horaires de levée des boîtes aux lettres
- Amélioration de la qualité du tri et de la distribution
- Multiplication des points de retrait PickPost
- Prolongation des heures de dépôt pour PostPac
Priority
- Publipostage par carte postale

DirectFactory et WebStamp

De l'écran au publipostage par cartes
postales

Markus Peter, La Poste Suisse