

A black and white photograph of a woman with her hair pulled back, looking down at a tablet computer she is holding. The image is overlaid with several thin, red, dashed lines that intersect to form a grid-like pattern, suggesting a targeting or data analysis theme. The text is centered over the middle of the image.

LE SERVICE CIBLAGE PAR CODE POSTAL

AUJOURD'HUI, INNOVAPOSTE AIDE POSTES CANADA À PERMETTRE AUX **ENTREPRISES D'ATTEINDRE** LEURS PUBLICS LES PLUS RÉCEPTIFS

Le service Ciblage par code postal vise les entreprises canadiennes.



Bien que les spécialistes en marketing aient aujourd'hui accès à plus de circuits publicitaires que jamais, plusieurs ont de la difficulté à se démarquer du lot. La publicité numérique peut présenter les entreprises à des millions de clients potentiels, mais retenir leur attention et leur parler sans intermédiaire est une autre affaire.

Dans le but d'aider les entreprises à parler directement aux clients éventuels qui les intéressent le plus, Postes Canada a récemment lancé une nouvelle déclinaison de son Marketing Intelligente : le service Ciblage par code postal (CCP).

« Le service Ciblage par code postal permet aux entreprises de cibler les codes postaux qui présentent les caractéristiques démographiques de leurs clients de prédilection, affirme Dominique Sutherland de Innovation des produits postaux commerciaux à Postes Canada. Un code postal peut vous en dire long sur ceux qui vivent dans la zone géographique qui lui correspond. Et, avec le service Ciblage par

code postal, elles peuvent communiquer avec les gens dotés des besoins, des désirs et des caractéristiques qu'elles recherchent afin d'établir un lien privilégié avec eux. »

Pour développer et mettre en œuvre ce nouveau service, Postes Canada a fait appel à Innovaposte, le fournisseur de services partagés en technologies de l'information du Groupe d'entreprises de Postes Canada.

COMPRENDRE LES ACTIVITÉS COMMERCIALES ET LA TECHNOLOGIE

Le service Ciblage par code postal serait le premier produit postal commercial d'importance lancé par Postes Canada depuis près de deux décennies, par conséquent, les enjeux étaient considérables. Non seulement le service Ciblage par code postal (CCP) jouera un rôle important dans la vision stratégique de la Société, mais il devra s'appuyer sur une combinaison innovante de technologie et de connaissances des activités

commerciales.

« Nous voulions donner aux entreprises la capacité de créer des articles de courrier mécanisable standard tels que des cartes postales et des enveloppes sur lesquelles il serait possible d'imprimer des codes à barres bidimensionnels particuliers, explique Madame Sutherland. Durant le traitement du courrier, l'adresse serait imprimée sur l'article du courrier au moyen de l'équipement automatisé de Postes Canada, et l'article serait ensuite trié par ordre séquentiel pour être livré. Pour accélérer les opérations et réduire les coûts, cela devait se faire automatiquement. »

Faisant partie de la gamme de solutions Marketing IntelligenteMC de Postes Canada, le Ciblage par code postal offrirait une solution unique plus élargie que le service Courrier personnaliséMC qui dessert une seule personne, mais qui est plus ciblée que le Courrier de quartierMC, qui dessert des quartiers entiers.

« Tout d'abord, nous avons introduit sur le

« Pour nos clients, un ciblage plus précis entraîne un meilleur rendement du capital investi et se traduit par de nouveaux revenus pour Postes Canada. »

Dominique Sutherland, de Innovation des produits postaux commerciaux à Postes Canada.

marché une solution bêta, explique Janet Brearton, directrice générale, Produits commerciaux à Postes Canada. Nous voulions savoir si ce produit allait répondre à de réels besoins. Nous avons maintenu cette solution bêta en place durant presque un an et demi afin de déterminer ce qui a le mieux fonctionné pour nos clients et nos équipes des Opérations. Puis, nous avons travaillé avec Innovapost pour assurer la commercialisation complète du Ciblage par code postal et le lancer auprès de la clientèle. »

Des équipes de Postes Canada et Innovapost ont travaillé en étroite collaboration afin d'élaborer et de mettre en place une solution durable de Ciblage par code postal en temps opportun et selon le budget établi moyennant des délais très serrés. En tout, près de 200 personnes des deux organisations ont travaillé afin que le service Ciblage par code postal franchisse toutes les étapes pour passer de prototype à projet pilote et devienne, enfin, une proposition de produit postal commercial profitant de notre soutien total.

« L'équipe chargée du projet a mis l'accent sur un objectif commun et est restée très soudée au fil du processus, dit John Abraham, vice-président du Développement des applications à Innovapost. Nous ne parlions pas de client ou de fournisseur, mais seulement d'équipe et de partenaires. Alors que nous étions devant des difficultés à cause des délais contraignants, l'équipe s'est investie à fond, a communiqué de façon ouverte et a donné libre cours à sa pensée créatrice. »

Passer d'un prototype à un lancement de produit en moins d'une année a exigé que tous s'attardent principalement aux livrables les plus importants.

« Nous avons un très bref délai et nous avons travaillé durement pour que chacun ait constamment à l'esprit le produit minimalement viable et évite la dérive des objectifs, affirme Donna Kettles, directrice, Développement des applications à Innovapost. Ce projet a eu des répercussions sur plusieurs applications, notamment les systèmes de passation de commandes, d'expédition et de facturation, dont nous avons dû tenir compte. »

AIDER LES ENTREPRISES CANADIENNES

Désormais accessible au grand public, le service Ciblage par code postal est promu comme un élément clé de la gamme de solutions Marketing Intelligente de Postes Canada et les entreprises y font appel à l'échelle du pays. Avec cet outil, les entreprises canadiennes peuvent :

- Augmenter leur part de marché en repérant les zones de codes postaux où résident des personnes qui présentent un profil semblable à celui de leurs clients les plus prometteurs.
- Tirer parti des renseignements sur leurs clients en ciblant une clientèle au profil comparable, susceptible d'être réceptive à leurs messages de marketing.
- Cibler plus précisément que jamais en appliquant les critères géographiques, démographiques et liés au mode de vie de Postes Canada aux données de codes postaux.
- Maximiser leurs efforts d'acquisition en ciblant de nouveaux publics et en omettant les envois de leurs clients actuels.

« Pour nos clients, un ciblage plus précis entraîne un meilleur rendement du capital investi et se traduit par de nouveaux revenus pour Postes Canada, affirme Madame Sutherland. En visant les consommateurs les plus susceptibles de répondre à leurs offres à partir de leurs codes postaux, nos clients enregistreront de meilleurs taux de réponse, grossiront leur clientèle et voudront investir davantage dans le courrier traitable. »

L'évolution du service Ciblage par code postal se poursuivra. « À présent, nous nous appuyons sur les commentaires

entendus des véritables consommateurs afin d'étendre la portée et d'améliorer le service Ciblage par code postal, explique Pierre Perras, responsable de la solution à Innovapost. Nous avons livré un produit pointu et nous avons la possibilité d'ajouter les seules caractéristiques que réclament les clients. Nous n'avons pas à deviner ce que souhaitent les utilisateurs ou à mettre en œuvre quelque chose qui semblait important il y a deux ans, mais qui n'est plus vraiment nécessaire. »

COLLABORATION

En plus d'imaginer un service digne de valeur pour les Canadiens et de créer une nouvelle source de recettes pour le Groupe d'entreprises de Postes Canada, ce projet a mis en lumière les avantages commerciaux de la collaboration entre Innovapost et Postes Canada.

« L'une des plus importantes conclusions que nous avons tirées à l'interne tient au caractère fructueux de cette approche, fait remarquer Madame Brearton. Cette équipe polyvalente a fait sien l'objectif commercial, a compris le but audacieux que nous cherchions à atteindre et chacun de ses membres a coopéré avec les autres pour y parvenir. »

Au début de 2017, des dirigeants de Postes Canada se sont rendus à Innovapost afin de remercier en personne tous les membres de l'équipe de leurs efforts et pour leur remettre un prix.

« Autour de la table, j'entendais les personnes présentes dire : "C'était fantastique! À quand le prochain projet?", a indiqué Madame Brearton. Les participants affirmaient être enthousiastes à l'idée de collaborer à un projet aussi percutant et ajoutaient être impatients de récidiver. C'est cette énergie polarisante à Innovapost en faveur de la nouveauté, assortie d'une collaboration exceptionnelle, qui nous permettra de progresser encore sur la voie de l'innovation. »

Apprenez-en davantage au sujet du service Ciblage par code postal sur le site Web de Postes Canada : <https://www.canadapost.ca/web/fr/pages/pct/default.page?ecid=murl|pdn|cw|3000>

Contactez-nous à l'adresse suivante : info@innovapost.com

Siège social
365 Rue March
Ottawa, Ontario K2K 3N5
T 613-270-6262
F 613-270-6525



www.innovapost.com

Innovapost offre au Groupe d'entreprises de Postes Canada et à ses clients divers services en lien avec les systèmes d'information (SI) et avec les technologies de l'information (TI). Disposant de bureaux à Ottawa, à Toronto et à Mississauga, Innovapost agit en tant que fournisseur de services partagés du Groupe afin de contribuer à la réalisation de profits plus importants engendrés par des investissements en matière de processus commercial et de technologie. Innovapost et le logo Innovapost sont des marques déposées de la Société canadienne des postes et sont utilisés sous licence par le groupe Innovapost Inc. Innovapost décline toute responsabilité quant à l'exactitude des renseignements présentés, qui peuvent être modifiés sans préavis.

Copyright 2017 Innovapost Inc. Tous droits réservés.

DN10043