



Paris, 15 mars 2010,

« LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS », UN NOUVEAU POSITIONNEMENT BTOB POUR REVELER AUX ENTREPRISES LES NOUVEAUX SAVOIR-FAIRE ET L'ÉTENDUE DES CHOIX ET DES SOLUTIONS EN MATIÈRE DE COURRIER

Le groupe La Poste lance « La Poste Solutions Business » pour révéler à ses clients entreprises l'étendue et la diversité de ses offres et ses nouveaux savoir-faire en matière de Courrier : de véritables « solutions business », au service de la croissance des entreprises dont La Poste est un partenaire privilégié (La Poste réalise en effet 85% de son chiffre d'affaires Courrier avec les entreprises).

L'idée centrale de « La Poste Solutions Business », c'est le choix entre les solutions proposées par le groupe La Poste aux entreprises. Parce que les entreprises sont toutes différentes, que leurs problématiques et leurs besoins varient suivant les clients et leur actualité, le groupe La Poste propose tous les choix à ses clients : courrier papier ou numérique, international ou local, envoyé ou archivé...

Ce nouveau positionnement est révélé aux entreprises à partir de la mi-mars au travers d'une campagne de communication multicanal, dans la presse quotidienne, magazine et spécialisée, en radio, sur le site événementiel www.laposte.fr/solutionsbusiness et, bien sûr, par une campagne innovante de marketing direct destinée aux grands annonceurs.

Le fil rouge de la campagne est un marqueur qui symbolise le choix proposé aux entreprises pour piloter leur relation client.



LA POSTE
SOLUTIONS BUSINESS

Ce positionnement met en lumière les nouvelles dimensions du Courrier, média premium de la relation client au service des entreprises, en mettant en lumière 4 champs d'expertise du Courrier : la Relation Client, les Echanges Numériques, le Conseil et l'International. 4 grands savoir-faire pour offrir aux entreprises les meilleures solutions d'optimisation de leur relation clients.

Le pointeur, placé au centre, symbolise la capacité du Groupe à répondre aux besoins des entreprises en « pointant » vers les solutions les mieux adaptées et invite à naviguer au cœur du choix des solutions business proposées par le Courrier.

Un positionnement qui révèle les nouveaux territoires d'expertise du groupe La Poste

Papier ou numérique ? Mono ou multicanal ? International ou local ? Envoyé ou archivé ? Clé en main ou sur mesure ?... Pour répondre aux attentes fortes qu'expriment les entreprises, le Courrier innove dans ses offres, en proposant une logique de conseil aux entreprises pour leurs stratégies de communication et de relation client, en développant de nouveaux usages de courrier sur Internet et en intervenant davantage sur le marché européen. Ses technologies, ses savoir-faire, son positionnement de tiers de confiance permettent au Courrier de proposer à ses clients le choix des solutions avec pour chacune d'entre elles le même objectif : l'efficacité de la relation client.

Ces innovations sont au cœur du projet stratégique « 2015, Réinventons le Courrier » qui entend faire du Courrier le média premium de la relation client, reposant sur deux supports : le papier et le numérique, avec comme étendard le Courrier Responsable : éco-conception du courrier, optimisation des fichiers, formation des facteurs à l'éco-conduite, Plan national Transports propres... La Poste réduit ses émissions de gaz à effet de serre et multiplie les initiatives pour atteindre 100% de papier certifié ou recyclé et faire du Courrier un média exemplaire.

Le groupe La Poste est devenu un groupe de services puissant, capable d'apporter aux entreprises des réponses globales à des besoins complexes. Il a acquis une dimension internationale pour accompagner ses clients dans leur expansion au-delà des frontières. Il a investi le monde numérique en transposant les fonctions du courrier papier sur Internet et en y créant de nouveaux usages : la lettre recommandée et la lettre prioritaire se créent et s'expédient en ligne, il est possible de commander des timbres, de les personnaliser ou d'affranchir directement son courrier en ligne et bientôt, de gérer son patrimoine documentaire, ses échanges de documents et de courriers, sa vie administrative en ligne.

L'expertise du groupe La Poste est globale, du conseil jusqu'à la mise en œuvre de solutions, et intègre différents métiers et savoir-faire (dématérialisation, rematérialisation, éditique industrielle ou à la demande, gestion des échanges électroniques, logistique courrier...). Le Courrier est un accélérateur de la performance et du développement des entreprises, en leur offrant des prestations intégrées et des solutions globales au service de leurs modes de communication avec leurs propres clients (conseil, ciblage, gestion des retours, archivage, etc...). Le média Courrier est devenu incontournable pour gérer une relation client durable avec les clients, développer la notoriété d'une marque ou d'un produit, qu'il soit en phase de lancement ou qu'il soit déjà installé.

Solution sur-mesure ou clé en main, à l'international ou dans l'hexagone, papier ou numérique, envoyé ou archivé... Le groupe La Poste donne le choix aux entreprises et le leur dit.

À propos du groupe La Poste (www.laposte.fr)

Société anonyme à capitaux 100 % publics depuis le 1er mars 2010, La Poste est un modèle original de groupe multi-métiers structuré autour de quatre activités : le courrier, le colis/express, La Banque Postale et l'Enseigne La Poste. Chaque année, les 17 000 points de contact de La Poste accueillent 45 millions de clients particuliers et 3,5 millions de clients entreprises. L'appareil industriel de La Poste lui permet de traiter et d'acheminer 26 milliards d'objets par an. En 2009, le groupe La Poste a réalisé un chiffre d'affaires de 20,5 milliards d'euros et emploie plus de 287 000 collaborateurs. A l'horizon 2015, La Poste a pour ambition de devenir un leader européen dans les services de proximité postaux et financiers. Fidèle à ses valeurs et à ses missions de service public, fort de l'engagement de l'ensemble des postiers, le groupe La Poste veut être une référence de la modernité publique.