

Révisions à Move-Update

L'USPS modifie les procédés d'essai de réception quant aux conditions de Move-Update. Les expéditions seront choisies aléatoirement pour vérification et un échantillon de ces expéditions sera traité sur MERLIN. MERLIN lira les informations de nom et d'adresse et les vérifiera par rapport au fichier de données NCOALink™. Les résultats sont renvoyés à un rapport Move-Update.

Le rapport évaluera un taux d'erreur de changement d'adresse pour l'échantillon. Les adresses qui auraient dû avoir un change-of-address appliqué seront considérées des erreurs. L'USPS utilisera le fichier de données NCOALink™ de 18 mois. Actuellement ces rapports seront renvoyés aux expéditeurs à faire part des impressions, mais aucun affranchissement supplémentaire sera fixé.

À partir de janvier 2010, l'affranchissement supplémentaire sera fixé aux expéditions qui échouent le test de Move-Update. Les calculs et les surcharges sont les mêmes pour les lettres de première classe et standard. Ils seront calculés comme suit:

- Taux d'erreur = le nombre d'articles échantillonnés qui ont été mis à jour par l'expéditeur divisé par le nombre d'articles qui ont dû être mis à jour.

c.-à-d. Si 100 articles échantillonnés ont été mises à jour, mais 130 articles ont dû être mises à jour, le taux d'erreur est 100/130 ou 77%.

- Un résultat réussi est 70%. Si le résultat est moins de 70%, une surcharge de 0,07\$ par article sera fixée comme suit:

70% - (résultat en pourcentage) multiplié par le nombre d'articles dans l'expédition

- c.-à-d. Si 50 articles échantillonnés ont été mises à jour, mais 100 articles ont dû être mises à jour, le taux d'erreur est 50/100 ou 50%.

70% - 50% = 20% de l'expédition aura une surcharge.

Si l'expédition contient 50 000 articles, la surcharge sera 0,07\$ x 10 000 articles (3% de l'expédition) ou 700\$.

Si vous n'utilisez pas un mode approuvé de Move-Update (comme NCOALink™), votre expédition n'aura pas droit aux prix réduits et vous payerez le prix pour les articles uniques de première classe. S'il vous plaît assurez-vous que vous certifiez votre mode de Move-Update sur la déclaration d'affranchissement.

Obtenez la bonne affaire avant qu'il ne soit trop tard!

Nous avons pris conscience du fait que les informations sur les programmes pilotes de regagner et de service Médiaposte^{MC} acquisition sont difficiles à trouver. Quand vous téléphonez la société canadienne des postes, demandez qu'ils vous mettent en communication avec un représentant de vente. La société canadienne des postes n'a pas les informations à propos de ce programme, mais elle sera bientôt mise au courant.

Il semble que ce programme à commencer comme une initiative "sur invitation exclusivement". Comme nous avons été avertis de ce programme, assurez-vous que vous profitez de cette occasion pour votre société ou pour vos clients. Cela est une promotion pour une durée limitée alors ils peuvent fermer le programme aux nouveaux candidats à tout moment. Une chose à garder à l'esprit: il n'y a aucune garantie d'acceptation dans ce programme; le service de vente à Postes Canada doit présenter une proposition au directeur général pour l'approbation de chaque client. Meilleur est votre proposition, meilleures seront vos chances d'obtenir acceptation dans ce programme! Alors, voyez grand et informez Postes Canada de toutes les expéditions que vous avez l'intention de faire à l'avenir (s'ils ne se passent pas, au moins vous aurez déjà obtenu une réduction!)



Voici un résumé des termes et conditions du programme de regagner:

Les clients nouveaux ou inactifs de Médiaposte avec adresse^{MC} ou Médiaposte sans adresse^{MC} qui expédient avant le 31 mars 2010 ont droit à la réduction de 10% sur leur affranchissement. Les clients inactifs sont ceux qui n'ont pas envoyé Médiaposte avec adresse^{MC} ou Médiaposte sans adresse^{MC} au cours des douze derniers mois. Un volume minimum de 1000 articles de Médiaposte avec adresse^{MC} et/ou un contrat de volume annuel de 100 000 articles Médiaposte sans adresse^{MC} est nécessaire.

Le processus d'approbation prendra environ trois semaines du début des documents jusqu'au commencement de la réduction. Alors, si vous pensez que vous ou vos clients peuvent profiter de ce programme, commencez maintenant!

Si vous voulez le nom d'une représentante particulière dans le service de vente, s'il vous plaît envoyez un courriel à Kristi@flagshipsoftware.com. La représentante préfère que son poste ne soit pas publié dans le bulletin.

Nous essayons toujours de trouver plus d'informations sur le programme pilote de service Médiaposte^{MC} acquisition. S'il vous plaît envoyez un courriel à Kristi@flagshipsoftware.com si vous voulez être mis au courant quand nous entendons des nouvelles de Postes Canada. Ce programme se termine le 31 décembre 2009.

Opérateur de données expérimenté disponible

Dans le climat économique actuel, les réseaux professionnels sont souvent la meilleure façon de trouver les gens dont vous avez besoin. Êtes-vous dans la région de Toronto et avez-vous besoin d'un opérateur de données expérimenté en iAddress? Un opérateur expérimenté en iAddress nous a contactés pour chercher d'emploi. S'il vous plaît envoyez un courriel à kristi@flagshipsoftware.com si vous avez un poste disponible à votre société.



Réduire les coûts d'impression

Produire votre article de courrier est souvent plus cher que l'affranchissement que vous payez. Avec les informations du planificateur de production de publipostage de Postes Canada, voici quelques conseils pour réduire vos coûts d'impression quand vous préparez un envoi publicitaire:

- **Réduire votre emballage:**

N'oubliez pas que les dimensions maximum pour le courrier court/long est 15cm par 24,5cm. Cela est une enveloppe de catalogue de demi-grandeur. Est-ce que vos feuilles peuvent être pliées pour aller dans ce type d'enveloppe? Si oui vous pouvez réduire vos coûts d'affranchissement par maintenir vos lettres de première classe moins de 30g et Médiaposte avec adresse^{MC} moins de 50g.

Avez-vous besoin d'une enveloppe? Pouvez-vous retoucher votre article pour le changer en envoi à découvert? Pouvez-vous adresser votre catalogue ou votre dépliant sans une enveloppe?

Imprimer plus sur moins.

Combien de temps passez-vous à regarder les promotions de plusieurs pages? Garder l'attention de vos clients prospectifs et réduire vos coûts en créant un envoi bref et léger.

- **Utiliser un papier plus léger.**

Il y a plusieurs options pour papier actuellement. Si 40% de vos clients prospectifs regardent votre promotion, 60% la recycleront. Voulez-vous vraiment dépenser l'argent supplémentaire pour le papier épais lustré. Si des portions de votre expédition ont besoin de traitement supplémentaire (comme un coupon), vous pouvez utiliser le papier plus épais pour seulement ces articles.

- **Travailler avec les dimensions ordinaires de papier et enveloppe.**

Les enveloppes de taille d'invitation deviennent plus populaires pour faire impression. Cependant, les enveloppes irrégulières sont plus chères d'acheter et d'imprimer. De plus, puisqu'ils ne satisfont pas souvent le rapport de longueur de Postes Canada, ils ne qualifient pas pour les tarifs réguliers de première classe ou Médiaposte avec adresse^{MC}.

- **Réduire les couleurs et les traitements spéciaux.**

En augmentant le nombre de couleurs sur votre article, vous augmenterez aussi le coût d'impression. Prêtez attention aux options coûteuses comme l'encre surélevé, les métalliques, les couleurs personnalisées, les découpes et l'emboutissage. Vous pouvez faire une impression aussi efficacement sans l'augmentation de prix.

Utilisant ces conseils, vous pouvez réviser vos envois publicitaires pour assurer que vous maximisez votre impact de publicité tout en réduisant vos coûts d'impression. Et n'oubliez pas que souvent moins, c'est mieux et vous profiterez en orientant les économies de votre budget de publicité vers les canaux plus productifs.

Prochain cours de formation



Notre cours de formation en décembre est maintenant plein. Le cours de formation en janvier sera mercredi le 13 janvier 2010 à notre installation de formation à Richmond Hill, ON. S'il vous plaît envoyez un courriel à Carolyn à l'adresse ci-dessous si vous voulez un formulaire d'inscription: Carolyn@flagshipsoftware.com.

Le cours de formation en février sera mercredi le 3 février 2010.

100 Fern Valley Crescent, Richmond Hill, Ontario, L4E 2J4

Tel: (416) 410-6357 Toll Free: 1-866-672-0007 Fax: (905) 773-7791

www.flagshipsoftware.com