



Address Mise à Jour

mars, 2011

Volume 4, Issue 3

Mise à jour pour les données sur les adresses des points de remise

Un gros merci à nos clients qui nous ont fait parvenir leurs données pour les soumettre à l'analyse. Nous avons pu fournir à Postes Canada des excellents exemples de problèmes qu'on retrouve avec les adresses commerciales dans les données sur les adresses des points de remise. Voici les résultats de notre analyse et le plan de la part de Postes Canada pour résoudre les problèmes avec les adresses.

Nos résultats ont démontrés qu'environ 2/3 des adresses inexactes le sont parce qu'elles manquent le numéro de suite ou elles ne rencontrent pas les paramètres des données sur les adresses des points de remise. Certains secteurs semblent être plus touchés que d'autres (par exemple, la communauté médicale comme les cliniques, les pharmacies et les laboratoires). Parce que ce scénario semble être constant pour les adresses commerciales dans l'industrie de la publicité directe, Postes Canada cherche à résoudre ces problèmes avec les remèdes suivants :

1. Ajouter une nouvelle catégorie de fichier (adresses commerciales avec numéros de suites) sur la liste des adresses exclues. Ces adresses seraient balisées mais ne seraient pas comptabilisées dans le taux d'exactitude des adresses. Ceci donnerais une chance aux expéditeurs de corriger leurs listes et à Postes Canada de corriger les erreurs dans les données sur les adresses des points de remise.

2. Reporter à plus tard que le 1er août 2011 la date pour éliminer les adresses exclues. Une nouvelle date n'a pas été décidé mais l'industrie (par l'entremise de l'Association nationale des grands usagers postaux) a demandé que le nettoyage des données de Postes Canada soit fait avant que la nouvelle date soit choisie. En raison des 2 à 3 ans que Postes Canada ont suggérés comme durée pour ce nettoyage, l'Association nationale des grands usagers postaux a demandé la même période de temps pour les expéditeurs.

Postes Canada s'est engagé à présentés ces propositions à leur comité de direction pour leur approbation avant la fin du mois. Si elles sont approuvées, les changements devraient entrer rapidement en vigueur, nous espérons pour la fin du mois d'avril. Nous vous demandons de continuer à utiliser la fonction de mise à jour automatisée.

Vous devriez voir une amélioration dans votre taux d'exactitude lorsque ces mesures seront adoptées.

Flagship Software a aussi demandé à Postes Canada de possiblement garder la catégorie pour les adresses commerciales avec numéros de suites pour une durée indéfinie. Il y a beaucoup de locataires visibles dans les bâtiments commerciaux qui n'utilisent pas leur numéro de suite dans leur adresse. Vu que ceci est commun dans le monde des affaires, il serait difficile, sinon impossible, pour les expéditeurs d'ajouter ces numéros de suites à leurs fichiers. Plusieurs de ces types de locataires ne connaissent même pas leur numéro de suite. Nous allons continuer à encourager Postes Canada à considérer notre suggestion.

Il est important de noter que dans les 1/3 des adresses inexactes, un grand nombre sont des adresses qui ne rencontrent pas les paramètres des données. Ce qui veut dire que l'adresse n'existe pas dans les données sur les adresses des points de remise. Ceci peut être causé lorsque des adresses physiques sont inclus sur des listes au lieu des adresses postales. Ceci est particulièrement fréquent pour des entrepôts et des bâtiments industriels qui ont une adresse physique pour expédition et réception, mais qui utilisent une autre adresse (souvent une boîte postale) pour leur courrier. Ces adresses inexactes peuvent aussi être causées par une erreur dans les données sur les adresses des points de remise.

Nous avons observé plusieurs cas où des adresses ont disparues dans les données sur les adresses des points de remise. Il est important de noter que les données sur les adresses des points de remise sont des adresses livrables seulement. Postes Canada n'inclut pas les adresses des endroits où ils ne font pas de livraison. Ceci veut dire que même si une adresse n'existe pas dans les données sur les adresses des points de remise ceci ne veut pas dire que l'adresse n'existe pas, mais seulement que Postes Canada ne font pas de livraisons à cet endroit. Malheureusement, la seule solution pour corriger ces adresses est de contacter le destinataire pour vérifier leur adresse. Si vous découvrez que l'adresse existe et que cet endroit reçoit du courrier, avisez nous et nous contacterons Postes Canada pour les aviser.

Pour les expéditeurs qui ont une réduction dans leur taux d'exactitude, si vous avez déjà utilisé cette liste auparavant pour vos expéditions et que vous avez un Énoncé d'exactitude valide, vous pouvez l'envoyer avec votre expédition pour éviter les charges supplémentaires. Les Énoncés d'exactitude sont valides pour une période d'un an, alors si votre liste a été épurée dans la dernière année vous pouvez toujours utiliser cet Énoncé.

Si vous avez des questions au sujet des données sur les adresses des points de remise ou toute autre information contenu dans cet article, contactez kristi@flagshipsoftware.com.

Avis important !



La technologie continue à progresser très rapidement et Flagship Software s'engage à fournir des produits de qualité pour ses clients. Pour continuer à être progressif et pour supporter nos technologies courantes nous devons laisser aller le passé ! Soyez avisé que à partir du 31 mai 2011, *iAddress*^{MC} va fonctionner seulement avec **Windows XP**[®], Windows Vista[®] et Windows 7[®]. Nous recommandons aussi au moins 1 GB de RAM pour supporter les grandes bandes de données de Postes Canada. Si vous avez des questions au sujet de la compatibilité ou sur la configuration minimale requise, contactez support@flagshipsoftware.com.

Exactitude des adresses d'organisations caritatives

Le Canada est un des pays les plus généreux au monde. L'indice mondial de générosité 2010 de l'institut Gallup indique que le Canada est en troisième place dans les pays qui sont les plus charitables. Cet indice range 153 pays qui représentent 95% de la population mondiale. Un sondage par Investor's Group en décembre 2009 a démontré que les Canadiens ont fait des dons d'une valeur de 1,041\$ en moyenne à des entreprises à but non lucratif et que 19% avaient l'intention de donner encore plus en 2010. Il est évident que les organismes à but non lucratif et les organisations caritatives peuvent bénéficier de cette générosité, la question est comment rejoindre ces donateurs potentiels.

Le publipostage est depuis longtemps considéré comme étant une méthode excellente de solliciter des dons, de communiquer avec et de conserver les donateurs. Même avec toutes les nouvelles technologies, le publipostage est toujours considéré comme étant un outil peut coûteux qui donne les meilleurs rendements pour l'investissement des organisations caritatives. Une étude britannique récente de Onepast, W8data et Fast.map a examiné la perception du public au sujet de la publiposte provenant d'organisations caritatives. La bonne nouvelle est que 50% des répondants ont indiqués qu'ils commenceraient à donner à une nouvelle organisation s'ils recevaient de la communication pertinente et bien ciblée.

Les mauvaises nouvelles portaient sur l'exactitude des adresses. Un quart des répondants croyaient que la publiposte mal adressée représente du gaspillage et 10% ont indiqués que ceci donne une mauvaise impression durable à l'organisation et influencerais problemement leurs dons.

Au moins 15% ont indiqués qu'ils ne liraient pas la poste mal adressée, et ceci représente les expéditions qui avaient assez d'information pour être livrées. Une étude récente de Postes Canada a trouvé que 72% du courrier non livré était dû aux déménagements et que 27% étaient dû au manque d'exactitude des adresses. Ceci démontre pourquoi les organisations caritatives qui ignorent l'exactitude de leurs listes d'adresses risquent de perdre des dons.

Que peuvent faire les organisations caritatives pour améliorer le résultat de leur publipostage ? Avant d'adresser leur courrier, elles devraient s'assurer que leurs adresses sont complètes, correctes et actuelles. Les adresses complètes ont toute l'information nécessaire pour la livraison, incluant un numéro de suite et/ou l'information de route rurale. Les adresses correctes ne contiennent pas d'erreurs (comme des erreurs d'orthographe) et concordent avec les données de Postes Canada et du USPS. Les adresses devraient être épurées avec le Programme national des changements d'adresse et le programme américain NCOALink[®].

Garder les listes d'adresses épurées et à jour est un investissement abordable pour les organisations caritatives et les entreprises à but non lucratif. Réduire les coûts en éliminant ces étapes mène à un taux de livraison plus bas et tel qu'indiqué dans l'étude britannique, donne une impression négative au destinataire en relation avec cet envoi et possiblement les envois futures.

Rappel pour NCOALink[®] pour les États-Unis

Nous voulons rapeller à nos clients que Flagship Software offre maintenant à travers le progiciel canadien *iAddress*^{MC} le service de NCOALink[®] US en temps réel. NCOALink[®] est offert en service illimité avec un frais annuel. Un service payable à la transaction ne sera pas offert pour les changements d'adresse américaine. Pour plus de renseignements sur le service NCOALink[®] ou le progiciel *iAddress*^{MC} US, contactez Kristi Kanitz (poste 5) au Kristi@flagshipsoftware.com ou Carolyn Trebell (poste 3) au Carolyn@flagshipsoftware.com.

Un exemple de sélections dans l'utilisation du service NCOALink US dans le progiciel *iAddress*^{MC} US :