



Address Mise à Jour

mai, 2011

Volume 4, Issue 5

Une autre mise à jour pour les données sur les adresses des points de remise

Nous vous rappelons que Postes Canada font des changements pour répondre aux inquiétudes de l'industrie. Ces changements vont avoir un impact sur vos Énoncés d'exactitude. Voici les changements:

- Les codes postaux de bâtiments de grandes entreprises vont être exclus de votre taux d'exactitude. Environ 10,000 codes postaux de bâtiments de grandes entreprises sont exclus dans les données qui sont valides du 17 juin au 14 juillet 2011. Ceux qui ont des listes commerciales qui contiennent les numéros de suites devraient voir un amélioration dans leur taux d'exactitude en utilisant ces données.
- La nouvelle date pour l'élimination des adresses exclues, résidentielles et commerciales, est le 1er janvier 2012.
- Postes Canada vont renvoyer certains codes postaux dans l'ancien système de données basées sur les codes postaux pour pouvoir faire un contrôle de qualité sur les données. Ces changements vont avoir un effet à partir des données du 15 juillet au 11 août 2011.
- Les codes postaux qui vont être renvoyés incluent les adresses résidentielles et commerciales. L'expéditeur n'aura aucune indication si les données utilisées sont les données basées sur les codes postaux ou les données sur les adresses des points de remise.
- Une fois vérifiées, les données basées sur les codes postaux vont être remplacées par les données sur les adresses des points de remise, de manière progressive. Ce processus va prendre plusieurs mois et va donner une chance aux expéditeurs de faire une mise à jour de leurs listes. Le plan spécifique pour remplacer les données n'a pas été complété.

Vous allez probablement voir une amélioration dans votre taux d'exactitude durant les deux prochains mois, surtout avec vos listes commerciales. Si vous ne voyez pas d'amélioration ou vous avez des questions concernant ces changements, contactez

Kristi@flagshipsoftware.com ou support@flagshipsoftware.com.

Autres méthodes de livraison

S'il y a une grève, d'autres méthodes de livraison aux adresses commerciales sont disponibles pour plusieurs grandes villes au Canada. Pour plus d'information, contactez Kristi@flagshipsoftware.com.

La qualité des adresses

Michael Maguire de Neopost US a présenté un excellent atelier durant le 'National Postal Forum'. Sa présentation était intitulée "Company Wide Address Enrichment Strategy". Michael nous a démontré que la valeur d'une adresse est plus que juste dans le contexte d'une campagne de publipostage. Il a gracieusement accepté de nous laisser présenter une partie de son message dans notre bulletin.

Michael a soulevé un excellent point, si vous n'avez pas une bonne adresse, peut importe le design, l'imprimerie, les épargnes de postage ou la méthode de livraison utilisée. Sans une adresse correcte, la pièce ne se rendra pas de toute façon ! Un contrôle sur les adresses assure un contrôle sur le succès de vos envois.

Le thème de l'atelier était comment établir une valeur pour les adresses postales dans les organismes. Les entreprises de publication directe savent que beaucoup d'organismes ne comprennent pas l'importance d'avoir des adresses complètes, correctes et courantes. Souvent, elles voient le nettoyage de donnée comme une tâche déplaisante mais nécessaire avant de faire un envoi massif. Michael a indiqué que les adresses postales sont précieuses pour les organismes et sont plus permanentes que des courriels. Les adresses sont:

- Un actif incorporel, comme un brevet, une marque de commerce ou un droit d'auteur ;
- Une manière fondamentale de communiquer avec vos clients;
- Des données démographiques importantes (urbain/rural, classe moyenne/classe supérieure, etc.);
- Plus permanentes qu'un numéro de téléphone ou un courriel;
- Un lieu légal de résidence ou d'affaire.

Il est important que les entreprises réalisent qu'il y a trois aspects qui contrôlent la qualité des adresses. Ceux-ci incluent les entrées physiques (centre d'appel, saisie de données, site web), la base de données interne (entretien), et juste avant la livraison (entreprise de publication directe, service de messagerie, courrier prioritaire). La réduction des coûts peut être une motivation pour nettoyer les listes mais ignorer les autres opportunités enlève beaucoup de valeur à l'adresse. Michael a indiqué qu'une adresse vaut beaucoup plus qu'une réduction dans les coûts de livraison. Il a demandé cette question : 'Est ce que vous avez déjà envoyé une carte de fête parce que vous avez eu une réduction pour tri-préliminaire?'

Bien sûr les entreprises font des envois pour d'autres raisons que les tarifs postaux. Les adresses incorrectes assurent un mauvais rendement du capital investi pour leurs campagnes de marketing et peut avoir un effet sur les flux de trésorerie lorsque les factures et les relevés sont livrés en retard ou ne parviennent jamais à leur destination parce que l'adresse est incomplète ou incorrecte.

En résumé, Michael a donné une liste de buts pour l'amélioration des listes d'adresse dans les entreprises. Cette liste inclut l'optimisation et l'entretien des listes de clients. L'amélioration des listes d'adresses permet aux entreprises de faire parvenir aux destinataires les pièces de marketing, les produits et les factures dans un temps opportun. En pratique ceci va permettre aux entreprises de faire des meilleures décisions. Dernier mot : une adresse a beaucoup plus de valeur qu'une réduction des coûts !

RAPPEL: 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.

Déclarations dignes d'être citées provenant du 'National Postal Forum'

Sur la raison pourquoi vos pièces doivent être uniques et convaincantes :

"Votre courrier ne compétitionne pas avec un million de sites web. Il compétitionne avec ce qui est dans la boîte à malle en même temps." Patrick Donahoe, Postmaster General, USPS

Sur l'importance d'optimiser ses listes d'adresses :

"Les adresses sont comme le lait, pas comme le vin. Elles ne s'améliorent pas avec le temps." Michael Maguire, Neopost USA

"Les erreurs de données sont comme des mauvaises herbes, elles se répandent rapidement et elles ont des racines profondes." David Raab, Direct Marketing

"C'était quand la dernière fois que vous avez signalé le mauvais numéro de téléphone et que vous avez rejoint la bonne personne ?"

John Wargo, USPS

Au sujet de l'industrie :

"Le futur du système de courrier va être basé moins sur le volume et plus sur la valeur." Kent Smith, USPS

'National Postal Forum'

L'humeur était définitivement plus positive cette année au 'National Postal Forum' à San Diego du 1er au 4 mai, comparé aux quelques dernières années. Les expéditeurs ont vu une augmentation de leur volume, particulièrement dans le publipostage. Le service postale des États-Unis ont lancé un nouveau projet, 'Every Door Direct Mail' (EDDM) qui est semblable à la Médiaposte sans adresse de Postes Canada. Plusieurs compagnies d'expédition américaines ne sont pas contentes de ceci parce qu'ils croient que c'est une concurrence déloyale. Le service postal des États-Unis a commencé à promouvoir EDDM envers leurs expéditeurs.

Le nouveau Maître des postes, Patrick Donahoe, a présenté un discours liminaire pour l'ouverture du forum. Il a donné un aperçu sur une recherche faite par le service postal des États-Unis qui démontre que les personnes veulent toujours recevoir du courrier, en dépit de l'internet et du média social. Débutant au mois de septembre, pour la première fois, le service postal des États-Unis va débiter une campagne de publicité, à travers de publipostage directe (naturellement !), de la télévision, et des annonces publiées. Les participants du forum ont vu des exemples de la publicité qui promouvoit la valeur du courrier, pour les consommateurs et les entreprises.



Kristi Kanitz, Directrice générale de Flagship Software et Rick McConville de Axcion, un expert dans le service postal américain, ont fait une présentation intitulée "Mailing Across Borders" durant le 'National Postal Forum'. L'assistance était assez nombreuse et incluait des individus qui expédient au Canada depuis longue date ainsi que d'autres qui veulent commencer à expédier au Canada. C'était une excellente opportunité de promouvoir les services d'expédition au Canada ! Kristi veut envoyer un gros merci à Rick pour avoir été un présentateur intéressant et instructif. Elle espère pouvoir faire une autre présentation l'année prochaine !

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