

## Bienvenue de retour !

Après un hiver doux l'été était assez chaud pour griller sans BBQ ! Nous espérons que vous avez eu une chance de vous reposer cet été. Notre bulletin mensuel recommence maintenant pour vous donner des mises à jour sur nos produits et l'industrie en générale. N'hésitez pas pour nous contacter si vous avez des questions au sujet de l'information contenue dans le bulletin ou si vous voulez plus d'information sur un sujet en particulier. Vous pouvez nous rejoindre au :

Flagship Software Ltd. 416-410-6357 (RGT)  
1-866-672-0007 (sans frais)

Bureau administratif : Poste 5  
[admin@flagshipsoftware.com](mailto:admin@flagshipsoftware.com)

Bureau technique : Poste 3  
[support@flagshipsoftware.com](mailto:support@flagshipsoftware.com)

## Nouvelles étiquettes pour conteneurs pour la Médiaposte et la Poste-publications

Postes Canada va exiger des nouvelles étiquettes pour conteneurs, monoteneurs et palettes à partir du 14 janvier 2013. Ces étiquettes vont contenir un code à barre 2D pour remplacer les codes à barres utiliser présentement. Quelques exemples des nouveaux codes à barres sont illustrés ci-bas. Ces nouvelles étiquettes vont être requises pour la Médiaposte avec adresse TPIF, le tri préliminaire pour courrier mécanisable et la Poste-publications TPIF. Ces étiquettes sont facultatives sur la Poste-lettres à tarif préférentiel et non requises pour le PNIA et pour le courrier mécanisable.

La nouvelle conception de l'étiquette va inclure de nouveaux champs de données pour les expéditeurs en plus d'un processus d'initiation et de tri rationalisé pour Postes Canada. Assurez-vous d'imprimer les étiquettes sur une imprimante laser sur le bon matériel pour étiquettes.



## Adresses commerciales exclues

Nous voulons vous rappeler que la période de transition pour les adresses commerciales exclues a été prolonger jusqu'au 11 janvier 2013. Ceci s'applique aux adresses commerciales urbaines à unités multiples. Si vous avez un grand nombre de fiches interentreprise, assurez-vous de vérifiez vos Énoncés d'exactitude pour des adresses exclues (indiqué comme 'immeubles d'habitation résidentiels exclues'). En ce moment, ces adresses n'affectent pas votre correction/validation. À partir du 11 janvier 2013 ces adresses vont affecter votre taux d'exactitude.

Si vous avez des difficultés à résoudre les adresses exclues, contactez [Kristi@flagshipsoftware.com](mailto:Kristi@flagshipsoftware.com).

## USPS – Envois à découverts pliés

Certaines modifications ont été apportées aux règlements concernant les envois à découverts pliés. Ceux-ci entrerons en vigueur le 5 janvier 2013. Il est très important pour les expéditeurs de lire ces nouveaux règlements et de planifier pour les changements nécessaires. Ceci inclus des changements aux exigences de grandeur, de forme et de ratio, ainsi qu'à la grandeur maximum des panneaux, aux options de colles et d'onglets et plusieurs autres options comme des coupes, des perforations, des insertions et des attachements. Pour plus d'information au sujet des ces règlements, visitez le site web RIBBS au lien suivant :

<https://ribbs.usps.gov/index.cfm?page=FSM>



## Le Publipostage durant une reprise économique

Ce temps de l'année, durant la planification de leurs campagnes publicitaires pour l'automne et l'hiver, est parfait pour rappeler aux entreprises que le Publipostage est encore important dans notre société à haute technologie. Le Publipostage est souvent menacé ou réduit lorsque les budgets doivent être coupés. Kurt Konow, un stratège en marketing avec Ricoh remarque qu'il est plus important que jamais d'expliquer comment le Publipostage donne toujours des résultats ... parce que c'est souvent la première chose à être éliminé.

Les spécialistes en marketing ne comprennent pas toujours que le Publipostage a uniformément des bons rendements sur l'investissement. PRWeb (18 juillet 2012) remarque dans un article concernant le Publipostage personnalisé qu'aux États-Unis le courrier postal est le plus important réseau de vente au détail. Il est plus grand que McDonald's, Starbucks et Walmart ensemble. Ceci se transmet au Canada. Le courrier postal est le seul véhicule qui atteint toutes les résidences et entreprises au pays.

Les meilleures pratiques en Publipostage inclues les pratiques suivantes :

- L'intégration avec les medias sociaux et le marketing en ligne. La combinaison du marketing imprimé avec des offres sur Facebook, des messages textuels promotionnels et des courriels améliore la réponse des consommateurs à comparer au Publipostage seul.
- Personnalisez autant que possible. Ceci établit une relation entre le destinataire et l'entreprise, ce qui peut traduire en conversion, en fidélité des clients et en augmentation des ventes. En plus d'utiliser le nom du destinataire, la personnalisation peut aussi inclure des notes adhésives, des notes écrites à la main sur le matériel promotionnel, des échantillons, de l'humour ou des offres ciblées.
- Le taux de réponse devrait être surveillé et les matériaux promotionnels adaptés en conséquence. Ceci pourrait être fait par saison, avec des changements de style, ou pour améliorer la pertinence pour le marché ciblé. N'oubliez pas aussi que des versions différentes pour des démographies différentes vont avoir un meilleur rendement sur l'investissement qu'une offre générique pour tout le monde.

- Faites le suivi avec les répondeurs. Ceci pourrait inclure l'envoi d'offres ou une note pour continuer la relation.

Si vous voulez promouvoir votre entreprise ou si vous avisez vos clients au sujet de leur marketing, n'oubliez pas le Publipostage. C'est une stratégie déjà éprouvée pour attirer des nouveaux clients et pour améliorer la fidélité des clients présents. La combinaison avec la haute technologie et la personnalisation va améliorer votre retour sur l'investissement. Le Publipostage vaut l'investissement, même lorsque les budgets de marketing sont serrés.



## Fermeture de bureau :

Les bureaux technique et administratif vont être fermés pour l'Action de Grâce au Canada, le 8 octobre 2012. Le soutien à distance va être disponible en téléphonant notre bureau technique.

## Cours de formation Web de Flagship

Nous offrons la formation en ligne ! Si vous avez besoin de nouveaux employés ou un cours de perfectionnement, s'il vous plaît contactez Carolyn Trebell à [carolyn@flagshipsoftware.com](mailto:carolyn@flagshipsoftware.com) pour enregistrer pour un cours web.



Si vous souhaitez être retiré de cette liste d'envoi, s'il vous plaît écrivez-nous à [newsletter@flagshipsoftware.com](mailto:newsletter@flagshipsoftware.com) ou par téléphone au 1-866-672-0007.