

Mesures d'atténuation de Postes Canada

Le 19 mars 2014, Postes Canada a annoncé des mesures pour aider à atténuer pour les entreprises les augmentations de taux considérables qui ont pris effet le 31 mars 2014. Voici une description de ces mesures :

Mesures d'atténuation temporaires :

Les clients de VentureOne vont recevoir un escompte de 5% sur l'achat de rouleaux de timbres achetés au bureau de poste, en ligne ou par téléphone. Il y a quelques conditions : un minimum de 300 timbres permanents doivent être achetés à la fois et cette offre expire le 31 décembre 2014. Il n'y a pas de limite de quantité pour l'escompte, cependant pour atteindre le maximum de 250\$ pour les clients avec des machines à affranchir il va être nécessaire d'acheter environ 6,000 timbres entre aujourd'hui et le 31 décembre 2014.

Les clients qui ont des machines à affranchir vont recevoir le même escompte de 5% jusqu'à un maximum de 250\$, jusqu'au 31 décembre 2014. Nous allons mettre une note dans notre bulletin de décembre pour vous rappeler de vous réapprovisionner avant l'expiration de l'escompte!

Veillez noter que les machines à affranchir ont été retirés des bureaux de poste et des emplacements ou les services postaux ne sont pas l'activité principale. Ceci est pour prévenir la vente d'affranchissement à rabais à travers les machines à affranchir. À notre connaissance, les entreprises qui fournissent les services d'expédition de courrier vont pouvoir continuer à offrir le service d'affranchissement pour leurs clients.

Mesures d'atténuation permanentes :

Nous sommes très heureux que Postes Canada, à la demande de l'ANGUP, a décidé de réduire de manière permanente le volume minimum requis pour la Poste-lettres à tarifs préférentiels mécanisable de 5,000 à 1,000. Ceci est un changement important pour les expéditeurs qui ne pouvaient pas atteindre le minimum requis. Le tarif pour la Poste-lettres à tarifs préférentiels mécanisable, Court/Long, de moins de 30g coûte maintenant 0,70\$ par pièce, 0,05\$ de moins qu'avec les machines à affranchir.

Postes Canada a aussi réduit de manière permanente le volume minimum requis pour le courrier mécanisable Médiaposte avec adresse, de 1,000 pièces à 500 pièces.

Ceci est un changement très positif et va rendre le service de Médiaposte avec adresse plus attrayant pour les expéditeurs à plus petit volume. Prenez note que cette réduction de volume minimum ne s'applique pas à la Médiaposte avec adresse TPIF ou Médiaposte avec adresse avec Tri préliminaire. L'ANGUP promouvoit toujours la valeur de réduire les volumes minimum pour les services et nous allons vous informer si Postes Canada implémentent d'autres changements.



Page de renvoi pour le publipostage direct

Joy Gendusa de PostcardMania a publié un excellent bulletin électronique en février 2014. Dans le bulletin, Mme Gendusa explique l'importance de créer une page de renvoi dédié pour les campagnes de publipostage direct. Elle explique que ses pages servent comme votre 'réceptionniste en ligne' pour les clients potentiels. Cette page vous permet de continuer la conversation avec le client potentiel et de communiquer votre message de marketing avec des personnes qui étaient assez intéressées dans votre produit pour visiter la page.

Les coordonnées des clients potentiels peuvent être saisies avec un formulaire de contact. Ceci pourrait offrir au client potentiel des réponses à leurs questions, une trousse d'information, ou un coupon. Les coordonnées permettent un meilleur suivi et donne un meilleur taux de conversion pour les clients potentiels.

La création d'une page de renvoi qui fonctionne bien requiert plusieurs éléments, selon Mme Gendusa.

- Une conception et un message cohérent entre la pièce de publipostage direct et la page de renvoi. Si la page a une apparence trop différente elle pourrait être interprétée comme du pourriel et l'intérêt du client potentiel serait perdu.
- Un titre attirant pour capter l'intérêt et les engager assez pour qu'ils remplissent le formulaire de contact.

- Une offre gratuite pour les visiteurs qui remplissent le formulaire de contact. Ceci pourrait inclure un rapport gratuit, une consultation, un coupon, etc.
- Un formulaire de contact avec une quantité minimale de champs. La demande de trop d'information sur le formulaire de contact peut dissuader les clients potentiels. Assurez-vous que le formulaire est facile à remplir. L'addition de vérification d'adresse (demandé à Flagship comment faire ceci !) peut réduire les frappes du clavier et augmenter l'exactitude de l'information de contact.
- Ajouter des logos qui donnent confiance. Ceci pourrait inclure une association de votre industrie, la Chambre de commerce, le Bureau d'éthique commercial, etc. Ceux-ci devraient être placés prêt du formulaire de contact pour réassurer le client potentiel.
- Vos coordonnées, incluant une adresse postale et un numéro de téléphone. Ceci augmente votre crédibilité et permet aux personnes qui sont très intéressées de vous contacter immédiatement.

Plusieurs entreprises qui utilisent des pages de renvoi avec leur publipostage direct trouvent que ceci aide à trouver les clients potentiels et peut avoir un effet positif considérable sur le RCI d'une campagne, que ce soit avec la Médiaposte sans adresse^{MC} ou la Médiaposte avec adresse^{MC}. La Médiaposte avec adresse^{MC} peut utiliser des pages de renvoi personnalisées (PURL) qui sont adaptées au destinataire pour du marketing sur mesure. Cependant, une page de renvoi, même sans la personnalisation, peut être un ajout puissant pour une campagne de publipostage direct.

Vous pouvez trouver l'article de Mme Gendusa au complet au : www.mailingsystemstechnology.com



Rappel: Les bulletins sont disponibles dans iAddress^{MC}!

Vous pouvez avoir accès au bulletin courant ainsi qu'aux bulletins précédents à partir du menu Aide iAddress^{MC}. Vous pouvez tout simplement appuyez sur l'onglet 'Newsletter' et choisir à partir du menu :



Liste de références

Pour tous nos nouveaux clients, nous recevons des courriels et des appels téléphoniques chaque semaine d'entreprises qui sont intéressées à envoyer de la documentation commerciale et des bulletins. Si vous voulez être ajouté à notre base de données de références, s'il vous plaît nous informez! S'il vous plaît envoyez vos informations à Virginia à virginia@flagshipsoftware.com et incluez les informations qui suivent:

- Nom de société
- Nom du contact (ou département)
- Numéro de téléphone du contact
- Ville et province
- Services offerts (Design, imprimer, courrier, des services spécialisés)
- Dimensions de tâche préférées :
 - Petit (<5 000 articles)
 - Moyen (5 000 à 25 000 articles)
 - Grand (25 000 à 100 000 articles)
 - Très Grand (>100 000 articles)

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 1-866-672-0007 poste 3 ou 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 ou par téléphone au 1-866-672-0007.