



iAddress™ Mise à Jour

avril 2015, Volume 8, Numéro 4

Changements au PNCA à venir en 2016

Postes Canada va introduire une nouvelle structure pour le Programme national sur les changements d'adresses (PNCA) à partir du 2 janvier 2016. Flagship Software Ltd. va travailler pour minimiser l'impact que ceci va avoir sur nos clients. Ceux qui seront affectés par ces changements vont être contactés directement par notre Directrice générale, Kristi Kanitz.

Le changement le plus significatif pour tous les clients va être l'introduction d'un portail Web en 2016 pour l'acceptation des conditions d'utilisation. Les expéditeurs qui vont vouloir avoir accès aux services du PNCA vont devoir créer un compte et accepter les conditions d'utilisation. Ceci va remplacer le système sur support papier qui utilise l'accusé de réception.

Le système actuel fonctionne comme ceci :

1. Le formulaire d'accusé de réception pour le PNCA est signé par le propriétaire du courrier. Si le propriétaire est aussi l'expéditeur, le formulaire est retourné à Flagship. Le formulaire est conservé dans le dossier et mis à jour annuellement.
2. Si le propriétaire du courrier utilise un fournisseur de services postaux, le formulaire est retourné à ce fournisseur. Le fournisseur doit garder le formulaire dans ses dossiers et le mettre à jour annuellement.
3. Le fournisseur de services postaux doit signer un formulaire aussi et le retourner à Flagship. Le formulaire est conservé dans le dossier et mis à jour annuellement.

Avec le système actuel pour la convention de licence du PNCA, Postes Canada requiert que Flagship soumet des rapports mensuels qui indiquent les clients qui ont utilisés le service PNCA et la quantité de transactions traitées. S'il y a un fournisseur de services postaux pour leur client, le nom du fournisseur est inclus sur le rapport parce que Flagship n'a pas accès à l'information du propriétaire du courrier. Postes Canada a décidé que ceci ne fournit pas suffisamment de transparence et veulent créer un système qui va obliger tous les propriétaires de courrier qui utilisent le service à être identifié à Postes Canada.

Le portail Web est en cours de développement par Postes Canada mais ceci est l'information qui ont partagée à date. Le propriétaire du courrier va devoir s'enregistrer et accepter les conditions d'utilisation du PNCA sur le portail Web. Une fois que ceci est fait, un numéro d'identification PNCA sera émis. Ce numéro sera valide pour un an et peut seulement être

utilisé par le propriétaire du courrier. Les fournisseurs de services postaux vont devoir aussi s'enregistrer et obtenir un numéro d'identification PNCA. Postes Canada va aviser les déclarants par courriel avant la date d'expiration pour qu'ils puissent retourner sur le portail pour mettre à jour l'acceptation des conditions.

Flagship va devoir modifier le logiciel iAddress^{MC} pour inclure la demande d'un numéro d'identification PNCA valide et un numéro valide aussi pour les fournisseurs dans les cas échéants. Tous les numéros valides vont être transmis à Flagship par Postes Canada quotidiennement. Si un numéro d'identification a expiré, la validation va échouer et le traitement PNCA ne sera pas fait. Ce sera la responsabilité du propriétaire du courrier de mettre à jour leur acceptation des conditions parce que Flagship ne pourra pas supplanter l'autorisation du système de Postes Canada.

Pour les clients qui utilisent présentement notre service PNCA, ceci devrait être un ajustement simple. Au lieu de signer et retourner à Flagship le formulaire pdf, vous allez vous enregistrer en ligne et accepter les mêmes conditions d'utilisation que dans le présent. Vous allez entrer votre numéro d'identification dans iAddress^{MC} (ou le numéro d'identification de votre client). Nous allons modifier le logiciel pour rendre le choix du numéro d'identification correct le plus facile possible.

Nous allons continuer de vous donner des mises à jour au sujet des changements au PNCA. La meilleure pratique pour gérer vos adresses est de vous assurer qu'elles sont correctes et complètes. Ceci diminue les taux de retours et assure la livraison rapide de vos pièces de courrier. Si vous avez des questions, contactez Kristi@flagshipsoftware.com.

NCOALink américain

Nous avons remarqué un ralentissement significatif pour les approbations des formulaires pour le NCOALink américain durant les quelques derniers mois. En plus de ce ralentissement sans explication, nous avons aussi eu des 'Processing Acknowledgement Forms' (PAFs) et 'Letters of Intent' (Lols) refusés pour des questions apparemment mineures, et ceci ajoute au temps du processus d'approbation. Pendant que nous travaillons pour déterminer la cause de ces problèmes, voici certaines des raisons les plus communes et récentes données comme raison pourquoi les formulaires ont été rejetés. Nous examinons chaque PAF et Lol, alors nous allons peut-être vous demander d'ajouter ou réviser de l'information avant que nous les soumettons pour approbation.

1. L'entreprise qui a signé le PAF n'est pas le propriétaire du courrier ou ne semble pas être le propriétaire du courrier. Le département des licences pour l'USPS 'google' chaque entreprise qui soumet les papiers pour le processus NCOALink. Ils vérifient la

page de contact du site Web, et si c'est une publication ils vérifient la cartouche de titre du magazine. Ils semblent chercher pour n'importe quelle raison que l'expéditeur n'est pas le propriétaire du courrier. Assurez-vous que l'information sur le site Web concorde avec l'information sur le PAF ou Lol.

2. Aucune adresse courriel n'est fournie pour le propriétaire du courrier. Ceci est une nouvelle exigence. L'USPS requiert maintenant un numéro de téléphone et une adresse courriel pour le contact principal en cas qu'ils ont besoin de réaliser un audit du processus NCOALink pour cet expéditeur.
3. Aucun titre (ou aucun titre spécifique) pour le propriétaire du courrier ou l'agent/courtier du propriétaire. Assurez-vous que le titre concorde entre le PAF et le Lol. Ils n'acceptent pas le nom du département ou de la division pour titre. (p. ex. "Département courrier" n'est pas acceptable.)
4. L'adresse sur le Lol doit concorder avec l'adresse sur le PAF. Ce problème arrive parfois lorsque le propriétaire du courrier a un siège social (qui paraît normalement sur le PAF) mais l'entête de lettre a l'adresse d'une succursale. Assurez-vous que vos adresses concordent.

Publipostage ou courriel ?

Quand est la dernière fois que quelqu'un vous a dit que le 'courrier es mort'? Hier? Ou même aujourd'hui? Malgré les rumeurs, le courrier continu et est encore un outil important pour le marketing. Avec la perception que le courriel est gratuit et que le publipostage n'est définitivement pas gratuit, pourquoi est-ce que quelqu'un choisira de faire son marketing à travers le publipostage au lieu d'une campagne électronique?

Un des bénéfices les plus gros du publipostage est le volume. Nos boîtes de courriel sont inondées mais nos boîtes aux lettres ne le sont pas. Beaucoup de courriels sont bloqués par les filtres anti-spam ou les autres filtres des destinataires. Le filtre sur les boîtes à lettres sont les consommateurs eux-mêmes, qui vont traiter et examiner les pièces de publipostage pour trouver ce qui est intéressant ou pertinent. "Select All" et "Delete" sont le pire cauchemar pour ceux qui font leur marketing électroniquement.

La petite quantité de pièces dans les boîtes aux lettres veut dire que votre message a une meilleure chance d'être remarqué. Ceci le rend plus personnel parce que votre offre peut être considérée dans le confort de la maison ou le bureau. L'USPS a démontré que 98% des personnes vérifient leur courrier quotidiennement et plus de 75% trient leur courrier aussitôt qu'ils le reçoivent. Ceci veut dire que pour la plupart des destinataires le publipostage ne s'empile pas pour ensuite être mis au recyclage sans être examiné, ce qui n'est pas le cas pour les courriels qui sont supprimés en masse.

Avec les courriels, vos options pour attirer l'attention des destinataires sont limitées à la ligne d'objet. Cette ligne doit être très attirante! Avec le publipostage vous pouvez attirer et soutenir l'attention avec la couleur, la forme, la texture, le contenu, des échantillons, et plus. Vous pouvez faire un lien avec la pièce de courrier et votre site Web, vos médias sociaux, à la réalité augmentée, juste pour nommer quelques options.

Le courrier est perçu comme étant plus digne de confiance que le marketing par courriel. L'hameçonnage et l'espionnage sont très communs et deviennent de plus en plus sophistiqués. Il peut être difficile pour le consommateur de discerner si le courriel est vraiment d'une source fiable ou non. Ceci rend beaucoup de consommateurs incertains de considérer même les offres de courriel les plus attirantes. Le courrier n'a pas la même stigmatisation.

Le publipostage n'est généralement plus considéré comme un outil de marketing à utiliser seul, mais plutôt une partie intégrale d'une campagne multimédia. Il est rehaussé par la technologie électronique. Il pousse les consommateurs vers les sites web, personnalisés ou généraux, conçus pour mener à des ventes. Alors, la prochaine fois que quelqu'un vous dit que le courrier est mort, rappelez leur tous les bénéfices qu'ils vont manquer s'ils ne considèrent pas le publipostage pour leur campagnes de marketing!

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.

Copyright © 2015 Flagship Software Ltd., Reproduction interdite
iAddress™ Mise à Jour est le bulletin électronique de Flagship Software Ltd.

Notre adress est:

Flagship Software Ltd.
203-60 King Road
PO Box 2625
Richmond Hill, ON L4E 1A6
Canada