



iAddress™ Mise à Jour

septembre 2016, Volume 9, Numéro 7

Bienvenu à l'automne !

Nous espérons que tout le monde a passé un bel été et que vous avez pu prendre du temps pour relaxer en famille et avec des amis. Maintenant que la température commence à rafraichir un peu (finalement), nous pouvons retourner à notre routine d'automne ! Le mois de septembre est aussi le temps que nous recommençons notre bulletin avec nos mises à jour mensuelles qui couvrent nos produits et l'industrie. Si vous avez des questions ou commentaires au sujet du contenu de notre bulletin, contactez-nous ! Vous pouvez nous rejoindre au :

Flagship Software Ltd.
416-410-6357 (GTA)
1-866-672-0007 (sans frais)
Bureau administratif :
Poste 5
admin@flagshipsoftware.com
Service technique :
Poste 3
support@flagshipsoftware.com

Une résolution de la situation concernant la possibilité d'une interruption de travail !

C'est avec un grand sentiment de soulagement que nous avançons dans la saison d'automne très occupée avec une stabilité dans la relation entre Postes Canada et son plus grand syndicat. Bien que la situation fût très tendue Durant l'été, un accord de principe a été conclu qui couvre les prochaines deux années. Il nécessite encore une ratification par les membres du syndicat. Ceci devrait être conclu par la fin d'octobre. S'il est ratifié, l'accord va couvrir 2016 et 2017, cependant, Postes Canada et le syndicat vont recommencer les négociations en 2017 pour un nouveau contrat.

Courrier extradimensionnel -- un atout souvent oublié

Le courrier extradimensionnel est une option de marketing souvent ignorée. Les pièces extradimensionnelles ne sont pas plates et peuvent inclure des éléments comme une boîte, un tube, un emballage en aluminium, un sachet coussin, un DVD, une boîte à découper ou un dépliant à découper, ainsi que des articles 3D découpés à l'emporte-pièce. Ils sont plus dispendieux que le courrier de publicité traditionnel, mais ils offrent un meilleur tarif libre et un meilleur RCI.

Ces articles uniques ont de nombreux avantages. Ils sont plus attrayants alors ils sont presque toujours ouverts, souvent avant le reste du courrier. Les articles extradimensionnels se font remarquer parmi les autres pièces parce qu'ils ressortent. Ils sont souvent partagés avec les collègues, les amis et la famille. Lorsqu'ils sont envoyés à des chefs d'entreprises, ils ont une meilleure chance d'aller plus loin que le contrôleur. Lorsque l'article a une utilité, il est souvent conservé pour une période de temps, ce qui garde votre marque visible.

Les articles extradimensionnels ont des désavantages. Ils sont définitivement plus dispendieux, à partir de la conception et la production jusqu'à la livraison. Ils peuvent être endommagés durant le processus de livraison, si votre article n'est pas assez robuste. Certaines entreprises ne permettent pas à leurs employés d'accepter des cadeaux et votre article pourrait être considéré comme un cadeau ou un pot-de-vin. Ils semblent aussi être plus efficaces pour le commerce entre entreprises, mais une liste bien ciblée peut donner des bons résultats avec les consommateurs.

Si vous décidez d'essayer un envoi avec articles extradimensionnels, voici des conseils partager par des experts :

Savez ce que votre budget permet et planifiez d'avance pour trouver les meilleurs prix pour vos matériaux.

- Créez un article le plus petit que possible pour réduire les coûts sans réduire l'impact. Par exemple, une boîte de format standard coûte moins cher qu'une boîte faite sur mesure.
- Gardez les envois pertinents et représentatif de votre message et marque de commerce.
- Soyez créatifs : créez quelque chose de fonctionnel mais aussi amusant. Créez quelque chose d'unique et qui peut être gardé pour utiliser ou décorer.
- Les critères de marketing doivent aussi être utilisés : assurez-vous que l'offre est facile à trouver et à comprendre. Offrez plusieurs options pour répondre à l'offre.
- Créez une liste ciblée qui assure que les destinataires vont être réceptifs à votre article.
- Personnalisez autant que possible, que ce soit avec leur nom ou en utilisant une image qui concorde avec leurs intérêts et leur information démographique. Vous pouvez aussi varier l'article selon votre estimation de la valeur potentielle de votre destinataire.
- Faites vos envois en quantités qui vont vous assurer les meilleurs tarifs d'affranchissement et assurez-vous que vos articles peuvent passer à travers le service postal sans être endommagé.

- Assurez-vous que votre article est bien marqué pour qu'il n'y a pas de chance qu'il soit considéré dangereux (payez un verre à la directrice générale de Flagship et elle va vous raconter la fois qu'elle a commise une grande erreur reliée à ceci !).
- Pour de meilleurs résultats, assurez-vous de contacter les destinataires 1 à 3 jours après la livraison.

Pour maximiser le RCI de votre envoi extradimensionnel, assurez-vous de faire vos devoirs pour choisir les destinataires les plus prometteurs. Ne gaspillez pas votre argent sur des personnes qui ne seront pas intéressées. Utilisez des articles très créatifs et amusants, sans toutefois diluer le message ou diverger trop de votre marque. Assurez-vous de faire un suivi pour connaître les résultats de votre campagne et pour perfectionner votre prochain envoi. Presque tout le monde aime recevoir un cadeau ; le courrier extradimensionnel utilise ce fait pour que votre pièce soit vue et ouverte. Le courrier extradimensionnel est une excellente option avec un RCI prouvé, surtout pour des services et produits à forte valeur ajoutée. Pour un regard plus en profondeur sur des campagnes à travers le monde qui ont utilisées des articles extradimensionnels exceptionnels et uniques, voyez le magazine INCITE de Postes Canada. Ensuite, vous pouvez faire un essai avec un envoi extradimensionnel !

Le groupe de travail de Postes Canada

Le groupe de travail a publié son rapport pour le gouvernement fédéral et le public. Vous pouvez le trouver au :

<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/examendepostescanada-canadapostreview/rapport-report/consult-fra.html>

La prochaine étape dans le processus est les consultations avec le public. Nous encourageons tous ceux qui peuvent participer à une rencontre de le faire, pour être le porte-parole de l'industrie.

Voici l'horaire des consultations avec le public. Les lieux et les heures vont être postées plus proche de la date de la rencontre. Vous pouvez participer à la rencontre en tant que membre du public. Un sondage en ligne donne une autre chance de consulter avec le public canadien. Ce sondage va être disponible sur le site web du 26 septembre au 21 octobre 2016.

<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/examendepostescanada-canadapostreview/index-fra.html>

26 septembre	Montréal, QC (AM) Blainville, QC (PM)	3 octobre	Corner Brook, NL (AM) St. John's, NL (PM)
27 septembre	Toronto, ON (AM) Kitchener, ON (PM)	4 octobre	Halifax, NS (AM) Sydney, NS (PM)
28 septembre	Windsor, ON (AM)	5 octobre	Charlottetown, PEI (PM)
29 septembre	Dryden, ON (PM)	6 octobre	Bathurst, NB (AM)
30 septembre	Sandy Lake First Nation, ON (PM)	7 octobre	Québec City, QC (AM) Lévis, QC (PM)

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 © 2016 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

[Add us to your address book](#)

[unsubscribe from this list](#) [update subscription preferences](#)

