



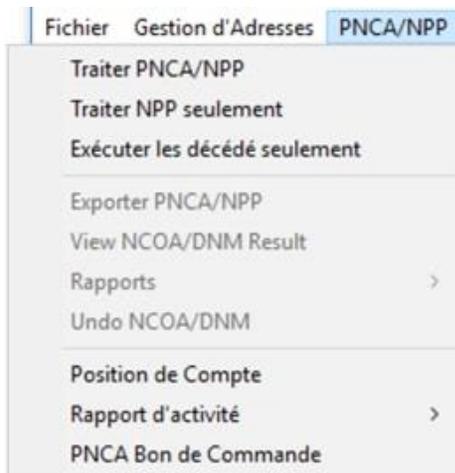
iAddress™ Mise à Jour

mai 2017, Volume 10, Numéro 5

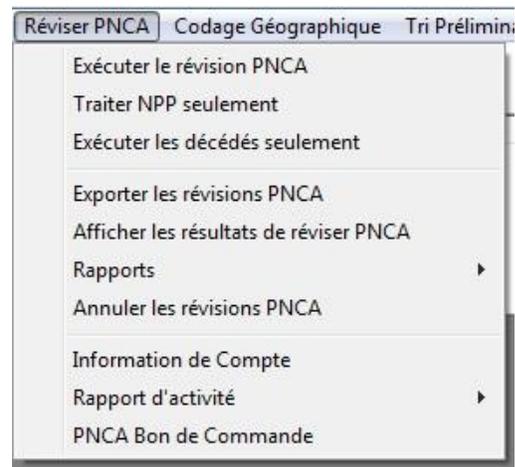
Nous changeons le nom d'une option sur notre menu !

À partir du 1^{er} juin 2017, nous changeons le nom de l'option 'PNCA/NPP' sur le menu principal à 'Réviser PNCA'. Le changement est pour mieux refléter le processus des données. Avec l'addition de nos données améliorées pour la suppression des décédés, nos services de changement d'adresse et NPP couvrent plus que leur nom en ce moment. En plus, ce changement de nom concorde mieux avec les options sur le menu de notre logiciel pour les États-Unis.

Avant:



Nouveau nom :



L'USPS propose des modifications aux mesures et à l'évaluation de la qualité des adresses postales

Les expéditeurs américains doivent utiliser une méthode 'Move-Update' pour leur courrier 'First Class', 'Standard Mail', et 'Parcel Select Lightweight'. La confirmation que la méthode 'Move-Update' a été appliquée est fait à travers le processus de vérification 'MERLIN'. L'USPS a déposé un avis qu'ils veulent changer à un processus 'Address Quality Census Measurement and Assessment'. Voici les changements proposés :

1. Les expéditeurs vont utiliser un processus 'Move-Update' qui a été approuvé (souvent ceci est le NCOALink).
2. Une fois qu'elles sont introduites dans le système, les pièces de courrier sont scannées avec l'équipement MPE (Mail Processing Equipment) durant leur traitement.
3. Les adresses identifiées comment étant non distribuables (UAA - undeliverable as addressed) vont être vérifiées pour un record de changement d'adresse, ou 'COA'.
4. Si un COA est identifié, l'adresse va être envoyé au 'NCSC' pour être évaluée.
5. Une erreur va être inscrite sur le tableau de bord de l'expéditeur pour chaque adresse avec un 'COA' entre 95 jours et 18 mois.
6. Le seuil d'erreur proposé est 0,5% et les amendes vont être imposées sur toutes les pièces de courrier qui qualifient et qui sont introduites par une soumission eDoc dans le mois correspondant.

Même si ce changement n'a toujours pas été approuvé, il est important que les expéditeurs vérifient s'ils utilisent une méthode 'Move-Update' pour tout leur courrier 'US First Class', 'Standard Mail' et 'Parcel Select Lightweight'. Pour comprendre les options différentes, visitez ribbs.usps.gov et choisissez l'onglet 'Move-Update'.

Le lien entre le publipostage et le marketing numérique

Dans le bulletin du mois d'avril nous avons décrit le lancement de la nouvelle initiative de l'USPS, 'Informed Delivery'. Leur nouvelle application envoie un courriel aux consommateurs pour leur aviser qu'ils ont reçu du courrier et inclus une image de la pièce de courrier. Ceci est une nouvelle façon que le publipostage et le marketing numérique sont combinés pour travailler ensemble.

Même si le marketing numérique est le 'nouveau jouet' des quelques dernières années pour la vente de produits et services, l'éclat a diminué et le publipostage a fait une résurgence parce qu'il a été démontré qu'il contribue directement au succès des campagnes de marketing multicanal. Il pousse le trafic consommateur vers les plateformes numériques d'une manière constante, que ce soit vers une boutique en ligne, un site web, ou un site de media social. Des études ont démontrés que durant les campagnes multicanal les achats augmentent jusqu'à 25% lorsque la campagne inclus un mélange de publipostage et de marketing numérique.

Le publipostage et le marketing numérique travaillent mieux ensemble. Le courriel est la méthode de marketing numérique la plus populaire, et les courriels et le publipostage ont tous les deux leurs propres forces et faiblesses. Ils ont chacun un rôle particulier dans le cycle de vente. Les consommateurs se déplacent entre les mondes du marketing physique et numérique, ce qui veut dire que le publipostage a un lien direct avec les efforts en ligne.

Le marketing numérique a une portée plus grande et le publipostage brille le plus lorsqu'il est ciblé et plus local, comme avec les agents immobiliers, les pizzérias et les entreprises d'entretien de pelouses qui ciblent certains quartiers. Il est aussi important de se rappeler qu'il y a encore un grand nombre de consommateurs qui ne sont pas confortables avec les médias sociaux, et plusieurs ne sont pas experts avec les courriels non plus. Les entreprises qui concentrent exclusivement sur le marketing numérique peuvent manquer complètement ce marché hors ligne.

Une inquiétude qui vient avec le marketing par courriel est le fait que les bonnes listes sont difficiles à trouver et à garder courantes, parce que les consommateurs changent leurs adresses de courriel plus souvent que leurs adresses physiques. Ils peuvent aussi avoir plusieurs adresses de courriel qui ne sont pas vérifiées aussi souvent que leur courrier physique. Le pourriel est aussi un problème, et même si le 'courrier poubelle' a été discuté beaucoup à travers les années, en général le public voit le publipostage comme étant plus fiable que la publicité par courriel. Les filtres de pourriel se débarrassent des messages de marketing avant que les consommateurs aient la chance de les voir, et les consommateurs peuvent se désinscrire s'ils sont frustrés avec le contenu, l'approche ou la fréquence des contacts. Le publipostage évite tous ces problèmes et bâtit la relation entre le consommateur et l'annonceur.

Les pièces physiques sont plus 'réelles' pour le cerveau humain et permettent de mieux connecter avec la mémoire, ce qui aide pour la reconnaissance de marque. Le renforcement de la marque à travers le publipostage aide à donner plus de crédibilité aux courriels et aux autres méthodes de marketing numérique. C'est un lien de plus pour la marque de l'entreprise, à travers plusieurs plateformes numériques. Le publipostage encourage les destinataires à aller en ligne pour faire un achat, visiter un site web ou participer avec un media social.

Le marketing numérique est rapide, souvent en temps réel, et interactif, ce qui complémente l'endurance et la capacité de transmettre votre message du publipostage. Les courriels doivent attirer l'attention avec une seule ligne objet et les autres plateformes numériques doivent attirer l'attention en quelques seconds. Le publipostage est manipulé, lu, et gardé pour plusieurs heures ou même plusieurs jours, ce qui permet au destinataire d'enregistrer le message et de répondre avant d'aller en ligne.

Le lien entre le marketing numérique et le publipostage n'a jamais été aussi évident qu'il l'est aujourd'hui dans les campagnes de marketing. Le marketing multicanal utilise les forces des deux et maximise l'efficacité des canaux. Par exemple, les annonceurs utilisent les données comportementales pour l'internet, incluant les paniers d'achats abandonnés et les 'likes' sur les médias sociaux, pour cibler des campagnes de publipostage personnalisées, qui ensuite redirige les consommateurs vers l'internet.

Le publipostage contourne le trafic et le 'bruit' de l'internet, ce qui aide à pousser les clients à passer à l'action et maximise les retours du marketing numérique. Il élargit la portée du marketing numérique et engage les clients d'une façon qui a été prouvé d'augmenter la rétention et qui augmente les sentiments de loyauté. C'est une excellente façon d'acquérir des nouveaux clients potentiels en attirant leur attention et de les diriger ensuite vers des ressources en ligne.

Ce sera intéressant de suivre les résultats de l'application 'Informed Delivery' de l'USPS, pour voir comment les consommateurs réagissent. Les projets pilotes ont reçu beaucoup d'enthousiasme des destinataires. Si cette réception continue après le lancement, ceci va offrir aux annonceurs américains une nouvelle façon de lier le courrier physique avec le contenu numérique et d'augmenter leurs profits.

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 1 ou carolyn@flagshipsoftware.com pour enregistrer pour un cours web.

Copyright © 2017 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](#)

The MailChimp logo is displayed in a white, cursive font within a grey rounded rectangular box.