

be close

la lettre d'infos de bpost international

bpost
nouveau nom

page 1

1^{er} janvier 2011
libéralisation

page 2

zoom sur
Easy Return

page 3

délais de livraison
résultats

page 4



éditorial

une nouvelle ère commence

"Une nouvelle dynamique se met en marche avec un nouveau nom et un nouveau logo. La Poste devient «bpost» et Belgian Post International devient "bpost international"... L'aboutissement logique d'années d'efforts menés en vue d'une modernisation complète de notre entreprise pour toujours plus de qualité et de performance. Nouvelle identité, libéralisation en 2011, etc. Voilà qui promet un nouveau départ, une nouvelle rampe de lancement pour atteindre des sommets. Tout en continuant à vous offrir des services de qualité au quotidien et en développant des produits innovants pour répondre à l'évolution de la société en général et à vos besoins en particulier. Comme "Easy Return", solution désormais indispensable dans un monde où le commerce en ligne explose... .

Dans cette édition de "be close", nous reviendrons bien entendu sur notre nouvelle identité. Nous aborderons aussi, entre autres, les résultats plus qu'encourageants concernant bpost international et cette lettre d'informations qui remporte tous les suffrages. N'hésitez surtout pas à nous faire part de vos commentaires pour encore l'améliorer. Soyez assurés que nous continuerons toujours à être à vos côtés en tant que bpost international. Une page se tourne, vive les nouveaux défis !

Excellente lecture !"

Peter Somers
Directeur Général bpost international
Membre du Comité
de Direction de bpost

peter.somers@bpost.be

 news

bpost, un nouveau nom pour booster nos ambitions

bye bye La Poste, bienvenue bpost



"Notre nouvelle identité : le couronnement d'énormes progrès en matière de direction opérationnelle, de culture d'entreprise et de satisfaction client !"

Ces dernières années, La Poste belge a fourni des efforts conséquents dans tous les domaines. Comme nous l'explique Christ'l De Jonghe, Director Group Marketing Communication & Branding de bpost.

"Nous avons progressé à pas de géant pour devenir un acteur postal de premier plan, bien en phase avec son époque. Et avec toutes les qualités que cela implique: modernisation à tous les niveaux, infrastructures au top, personnel compétent et motivé, approche dynamique orientée client, conquête d'autres marchés, sans oublier notre engagement social.

Les résultats sont là, chiffres à l'appui, mais notre image auprès du public ne collait plus à cette nouvelle réalité. Nous avons donc décidé de repenser notre image pour la rendre plus moderne et plus performante. Après mûre réflexion, car ce n'est pas une décision qui se prend à la légère, nous avons opté pour un nouveau nom et un nouveau logo. Le résultat : bpost."

Le reflet de notre volonté de continuer à évoluer

"bpost : un nouveau nom que nous avons voulu clair, simple et fort pour nous différencier sur le plan international. Un nom unique, bilingue et à connotation internationale, faisant immédiatement référence à nos activités postales, avec un "b" comme Belgique. Un nom également plus original qu'il n'y paraît quand on le

compare avec d'autres noms d'opérateurs postaux. Nous avons également revu le graphisme de notre logo afin qu'il reflète parfaitement le mariage entre le monde du papier et du digital. Nous lui avons donc donné des lignes plus énergiques pour symboliser le mouvement et pour dynamiser l'image de notre entreprise tout en nous appuyant plus que jamais sur notre couleur rouge historique. Une association réussie avec notre nouveau nom et la volonté de montrer que nous sommes prêts à relever les défis de la libéralisation."

Pleins feux sur bpost depuis septembre

Tout cela demande maintenant à être concrétisé sur le terrain. Redonnons la parole à Christ'l De Jonghe pour les détails pratiques.

"Johnny Thijs (Administrateur Délégué de bpost) a annoncé notre nouvelle identité en juin dernier et nous avons profité de la rentrée pour frapper un grand coup en lançant bpost et son nouveau logo. Nous continuons aussi à capitaliser sur l'image performante de notre entreprise. Depuis le début du mois de septembre, une grande campagne publicitaire est menée en Belgique à la radio et à la télévision, dans les journaux, en affichage et sur Internet. Elle est également bien visible dans nos bureaux de poste, sur nos sites web, etc. L'objectif était de lancer une action retentissante en donnant à notre message un caractère événementiel dans tous les médias."

Une mise en place progressive

"Pour le remplacement de nos supports graphiques, depuis nos véhicules jusqu'aux sacs d'enlèvement

en passant par le papier à lettre ou les uniformes, nous avons opté pour une transition naturelle et graduelle. En ce qui concerne les bureaux de poste, le cycle de rénovation est déjà opérationnel.

"bpost: un nouveau nom clair, simple et fort."

Une adaptation en douceur qui prendra certes du temps, mais qui évitera de mettre à mal notre santé financière. Et c'est aussi un point primordial." Nous ne pouvons donc que souhaiter longue vie à bpost !

Christ'l De Jonghe
Director Group Marketing
Communication & Branding bpost

Plus d'infos ?
beclose@bpost.be



MIXTE
Papier issu de
sources responsables
FSC® C014697


bpost
international



news

bpost international un service international de premier plan



Un nouveau nom, un positionnement international bien marqué et un service clientèle résolument personnalisé. La division internationale de bpost s'appelle désormais "bpost international" et entend continuer sa croissance dans le monde entier.

Un acteur mondial

Le marché postal est en pleine révolution. Après des années de libéralisation progressive, le marché belge sera totalement ouvert en 2011 et la concurrence pourra proposer des services identiques. bpost s'y est largement préparée et envisage l'avenir avec une nouvelle vision et de nouvelles missions. "Nous travaillons cependant depuis longtemps dans un marché ouvert

et donc concurrentiel. Et cela nous réussit plutôt bien puisque nous faisons partie du top des entreprises postales mondiales. Comme nous voulions renforcer notre caractère international, nous avons donc choisi de nous appeler bpost international", nous explique Martine Moors, Marketing Director bpost international.

Priorité au client

Martine Moors : "Un nouveau nom et un nouveau logo, sans bien entendu perdre de vue la qualité de notre service qui deviendra encore meilleure si nécessaire. En tant qu'entreprise internationale qui a du peps, nous nous distinguons surtout par notre excellente relation avec nos clients et notre flexibilité. En effet, avec

"Nous sommes une entreprise internationale qui a du peps."

une offre particulièrement fiable et personnalisée, nous faisons la différence. Et nous plaçons toujours le client au centre de toutes nos attentions."

Flexibilité

"En réalisant constamment des études de marché, nous suivons de très près les nouveaux développements à l'échelle internationale et nous pouvons vite

prendre la balle au bond. Grâce à notre structure flexible, nous pouvons réellement travailler sur mesure, plus rapidement et de manière plus orientée client", clôture Martine Moors.

Martine Moors

Marketing Director bpost international

Plus d'infos ?

martine.moors@bpost.be



zoom

la libéralisation ? un nouveau défi pour bpost !

À partir du 1^{er} janvier 2011, la libéralisation des marchés postaux nationaux sera effective en Europe.

À quels nouveaux challenges peut s'attendre bpost ?

La concurrence ne nous fait pas peur

"Nous allons principalement devoir faire face à l'arrivée de concurrents sur le segment du courrier inférieur à 50 grammes. Nous sommes évidemment parés pour affronter cette concurrence, mais il faut garder à l'esprit que partout en Europe, on assiste à une diminution structurelle du volume de courrier. En cause, la substitution électronique due à l'utilisation des nouvelles technologies. Sans négliger non plus l'impact de la crise qui incite les gros expéditeurs de courrier à limiter considérablement leurs volumes d'envoi", expliquent Laetitia Wolters et Paul Bernard Damiens, Strategic & Economic Intelligence Expert et Director Strategy & Regulatory Affairs bpost.

La force de l'écrit

"Si on regarde les faits et les chiffres concrets, on voit que bpost a déjà pris les devants. Il est en effet démontré que la communication écrite et son support papier incitent davantage les clients finaux à poser un acte d'achat. La tendance générale se marquera désormais dans des mailings plus ciblés et on passera inexorablement du quantitatif au qualitatif. bpost possède tous les atouts dans ce domaine. Et nous avons d'ailleurs constaté, à la suite de nos initiatives, une baisse de volume inférieure en Belgique par rapport à de nombreux autres pays."

Particuliers et bureaux de poste, la sérénité est de mise

"Il est à noter également que les principaux changements à prévoir ne concerneront pas directement les particuliers. Nos concurrents présenteront principalement leurs services aux entreprises ; le démarchage des particuliers n'est donc pas à l'ordre du jour. Et on ne risque pas de se retrouver avec des boîtes postales rouges, jaunes ou bleues à différents coins de rue..."

La libéralisation se jouera clairement entre opérateurs postaux et entreprises. Il n'y aura pas non plus d'impact significatif sur les bureaux de poste qui continueront à proposer les mêmes services qu'actuellement."

Les atouts de bpost international

"Quant à bpost international déjà bien présente sur les marchés internationaux, la libéralisation représentera une nouvelle opportunité de développement puisque nous nous sommes déjà frottés à la concurrence avec succès. Nous disposons également d'une vaste gamme de produits qualitatifs. Car, pour rappel, la concurrence ne va pas jouer que sur les prix. La qualité du service est et restera toujours un élément essentiel à prendre en compte par les entreprises. bpost et bpost international l'ont bien compris et continueront à œuvrer dans ce sens à l'avenir."

Laetitia Wolters

Strategic & Economic Intelligence Expert bpost

Paul Bernard Damiens

Director Strategy & Regulatory Affairs bpost

Plus d'infos ?

laetitia.wolters@bpost.be

paulbernard.damiens@bpost.be

"C'est en misant sur la qualité que bpost va faire la différence !"



 solution

Easy Return, la simplicité pour renvoyer un petit colis !

Easy Return, c'est la solution de bpost international permettant à vos consommateurs finaux de vous renvoyer gratuitement et en toute confiance, un colis pesant jusqu'à 2 kg en service Prior.

Un atout commercial incontestable

"Le commerce en ligne connaît une croissance sans égal, les échanges d'un pays à l'autre se multiplient de manière exponentielle et les consommateurs sont de plus en plus nombreux chaque jour à effectuer des achats sur la toile. bpost international l'a bien compris et a développé un service incontournable pour vous aider à développer votre commerce en ligne en toute confiance : Easy Return."

Simple comme une lettre à la poste !

"Lorsque l'article livré ne correspond pas aux attentes de votre client, vous pouvez lui offrir la possibilité de vous le renvoyer gratuitement : c'est très simple, pratique et efficace ! Pour vous comme pour votre client. Il lui suffit en effet d'apposer l'étiquette retour sur le colis et de le déposer dans une boîte aux lettres ou dans un bureau de poste depuis son pays d'origine. L'étiquette retour peut être fournie de différentes façons, par exemple : jointe au paquet livré, imprimée via votre site Internet, simplement commandée par courrier, etc."

"Les services bpost international ? Sur la vague du commerce en ligne !"

Gratuit pour vos clients, extrêmement avantageux pour vous

"Vous bénéficiez d'un tarif extrêmement compétitif et vous ne payez que pour les retours effectifs ; en toute transparence et sans surprise !

Easy Return c'est le service pour faciliter le commerce en ligne, mais pas seulement ! Vous pouvez également proposer ce service pour le retour de pièces détachées en tous genres ou le retour de conditionnements d'échantillons, par exemple. Et à propos d'exemple..."

Letizia Strollo

Product Manager bpost international

Plus d'infos ?

letizia.strollo@bpost.be

 **Easy Return et tout est réglé !**


Eva habite au Pays-Bas et est une fan de lecture. Elle commande sur un site français un livre qu'elle cherche depuis longtemps en librairie.

1



2 jours plus tard, elle le reçoit dans sa boîte aux lettres.

2



Le soir-même, son mari lui offre en cadeau le livre tant convoité – et tendrement dédié – qu'il a commandé en catimini.

3



Ni une, ni deux, Eva ravie, réexpédie l'exemplaire commandé sur Internet en collant simplement l'étiquette "Easy Return" sur son colis, qu'elle dépose ensuite dans son bureau de poste. Et la boucle est bouclée !

4

 sous les projecteurs

retour gagnant pour la lingerie

Depuis mai 2010, la société Van de Velde, mieux connue pour être la maison mère à l'origine de la luxueuse marque de lingerie Marie Jo, utilise la solution "Easy Return" de bpost international. À sa plus grande satisfaction ! Elle expédie annuellement 10 000 envois via bpost et désormais, grâce à cette nouvelle solution, leurs retours sont également encore plus rapides et plus efficaces. L'histoire d'un retour gagnant pour la lingerie.

Fini les casse-tête

"Auparavant, chaque paquet devait être affranchi séparément lorsqu'une boutique souhaitait renvoyer des articles de lingerie à notre siège central. De plus, les méthodes et les tarifs étaient différents dans chaque pays. Grâce à la solution "Easy Return", ce genre de casse-tête appartient désormais au passé et la communication ainsi que l'administration au niveau international sont beaucoup plus faciles", nous explique Luc Markey, Directeur Administratif de l'entreprise Van de Velde.

Une étiquette retour et le tour est joué !

"Lorsque nous envoyons un paquet dans une de nos boutiques, nous y joignons toujours quatre étiquettes "Easy Return" pour nos responsables magasin. S'ils ne sont pas satisfaits, pour une raison ou une autre, d'un ensemble de lingerie, ils peuvent ainsi facilement nous le renvoyer. La lingerie est mise dans un paquet sur

lequel ils collent l'étiquette retour et le tout est déposé dans un bureau de poste ou un Point Poste dans un grand magasin, une librairie ou une station-service. Si le volume de l'envoi est peu important, il peut même être placé dans une enveloppe et glissé dans une boîte aux lettres. Plus de perte de temps à demander, compter et coller des timbres. Une étiquette "Easy Return" suffit ! À la fin du mois, nous recevons, au siège central, une facture claire et détaillée reprenant tous les retours. Ainsi, nous ne devons plus faire le tri par paquet et par pays. Simple, non ?"

"Plus de perte de temps à demander, compter et coller des timbres. Tout se passe via une étiquette retour très pratique."

Une relation personnalisée

"bpost international est dans le top 5 mondial des services postaux internationaux, mais ce partenaire ne vous considère absolument pas comme un numéro. Notre Account Manager bpost international répond à toutes

nos questions et se charge du suivi et du bon déroulement des envois. Le contact personnel et les solutions sur mesure priment et tout est mis en œuvre pour assurer un traitement efficace et fiable de notre courrier international et de nos paquets. Pour nous, bpost international est le partenaire idéal", ajoute Luc Markey.

Sophie Rogge

Key Account Manager
bpost international

Plus d'infos ?

sophie.rogge@bpost.be

Van de Velde en deux mots

Van de Velde est une société belge qui crée, produit et commercialise de la lingerie de luxe pour dames sous ses propres marques: Marie Jo L'Adventure, Marie Jo Intense, PrimaDonna, PrimaDonna Twist, Sardá by Andrés Sará, etc. Toutes les activités clés sont concentrées en Belgique, seul l'assemblage des pièces de lingerie est confié à nos centres de production à l'étranger. Au rayon ventes, Van de Velde est surtout actif en Europe et en Amérique du Nord.



 sous les projecteurs

bpost international tire une fois de plus son épingle du jeu en matière de **délais de livraison**

Une référence internationale
Depuis plusieurs années, bpost international soumet ses performances au système de mesure UNEX. Mais avant de commenter les résultats en compagnie d'Alain Cornez, Operational Quality Manager bpost international, quelques mots sur ce système de mesure de qualité : UNEX.

UNEX (Unipost brand for External Quality of Service Measurement Systems) est un système de mesure de qualité qui calcule les délais de livraison du courrier entre les principaux opérateurs postaux en Europe et dans le monde entier. Ce système de mesure consiste en l'envoi de lettres test entre les différents pays participants. Les expéditeurs et les destinataires des lettres sont sélectionnés et gérés par une société indépendante des opérateurs postaux concernés sous l'égide d'un régulateur (IPC – International Post Corporation) afin de garantir l'honnêteté et la fiabilité des résultats. IPC rassemble en son sein la plupart des opérateurs postaux européens, mais aussi les États-Unis, le Canada, l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

Des résultats 2009 à la mesure de nos attentes

"Ce cru 2009 de bpost international peut être qualifié de très bon, nous précise Alain Cornez. L'objectif qui nous était assigné, à savoir 90% du courrier livré à temps en J+1 (jour de dépôt + 1 jour) au bureau d'échange international des pays de desti-

nation, a été atteint sans problème. D'où une place bien méritée par rapport à nos concurrents. Et nous tenons à continuer sur notre lancée."

Un avenir prometteur

"Dans le contexte actuel et avec la prochaine libéralisation du marché, nous améliorons nos performances en recherchant constamment de meilleures liaisons en matière de transport. Nous sommes aussi très actifs pour conclure des accords avec de nouveaux partenaires à l'étranger, autres que les opérateurs postaux traditionnels, afin d'offrir de meilleures alternatives de distribution à nos clients.

Quant aux résultats du premier semestre

2010, ils sont vraiment excellents, bien au-delà de l'objectif initial avec un score de 92%, malgré les perturbations occasionnées par l'éruption du volcan islandais en avril. Nous sommes ainsi actuellement dans le top 3 européen et comptons bien y rester en 2010."

Alain Cornez

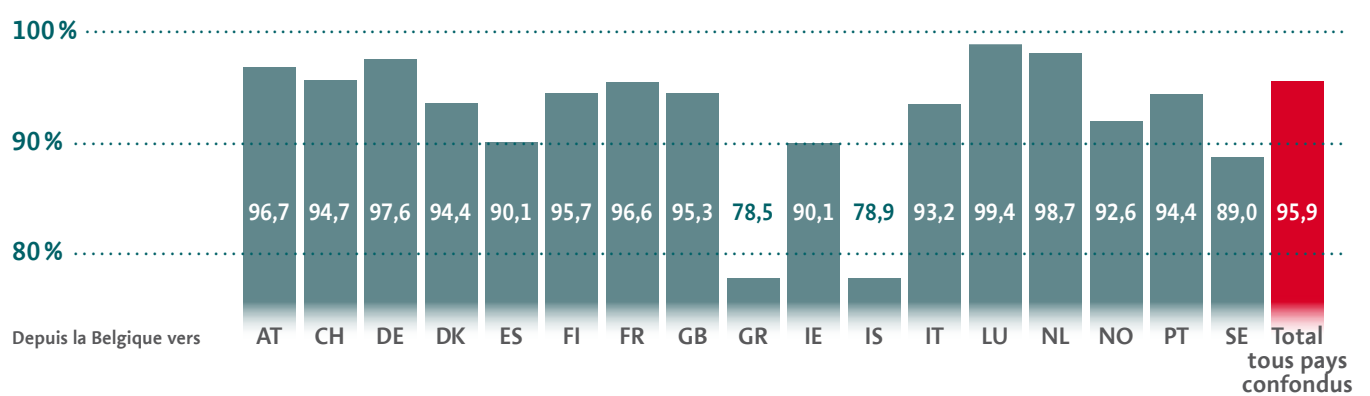
Operational Quality Manager
bpost international

Plus d'infos ?

alain.cornez@bpost.be

"bpost international dans le top 3 européen!"

% de courrier prior distribué dans les 3 jours de l'expédition



Le temps d'acheminement est mesuré de bout en bout depuis la remise du courrier à la poste jusqu'à la distribution au destinataire final et englobe les opérations de collecte, de tri et de transport national et international.

 communication

be close : une lettre d'informations qui répond vraiment à vos attentes

Jouer la carte de la proximité

"Nous avons inséré dans une de nos éditions précédentes un questionnaire d'évaluation de notre lettre d'informations. Vous avez été très nombreux à nous faire part de votre avis et nous vous en remercions. C'est avec grand plaisir que nous partageons avec vous ces résultats... d'autant plus qu'ils nous confortent dans notre approche éditoriale."

Des résultats plus qu'encourageants

"Il ressort de ce questionnaire que "be close" est vraiment proche de vous et de vos centres d'intérêts. Vous êtes en effet plus de 80% à être satisfaits ou très satisfaits par notre lettre d'informations en général. Vous êtes même 83% à trouver les sujets traités intéressants ou très intéressants. De plus, vous considérez à près de 60% que son objectif principal est de vous informer. Et c'est tant mieux puisque c'est dans cette optique que nous avons développé "be close" !

Quant aux sujets à aborder, vous privilégiez les thèmes suivants :

- Informations pratiques sur nos produits et services
- Articles de fond
- Développement postal en général et témoignages d'entreprises
- Informations sur les foires ou les événements intéressants pour vos activités

Certains sujets ont déjà partiellement été repris dans notre édition du mois de juin, mais nous leur donnons un nouvel éclairage dans ce numéro : en vous expliquant, par exemple, notre solution "Easy Return" et en vous présentant les changements auxquels vous pouvez vous attendre avec l'entrée en vigueur de la libéralisation postale au 1^{er} janvier 2011 ou encore en

illustrant nos solutions par des témoignages comme avec notre client Van de Velde.

Vous êtes également plus de 25% à désirer recevoir "be close" par e-mail, nous y travaillons pour vous donner prochainement satisfaction !"

Continuez à nous faire part de votre avis

"Vous le voyez, nous tenons réellement compte de vos commentaires et de vos attentes. Aidez-nous à nous investir davantage dans "be close". Vos suggestions sont toujours les bienvenues. N'hésitez pas à envoyer vos idées par e-mail à beclose@bpost.be.

Et encore merci pour vos encouragements !"

Letizia Strollo

Product Manager bpost international

Plus d'infos ?

letizia.strollo@bpost.be



agenda

21-23 septembre 2010

E-commerce Paris
Paris - Porte de Versailles, France

7 octobre 2010

Vakdag
Rotterdam, Pays-Bas

19-21 octobre 2010

VAD e-commerce
Lille, France