

**La confiance,  
Au cœur de l'ambition de service du Groupe La Poste**

19ème Convention AMARC  
30 novembre 2009

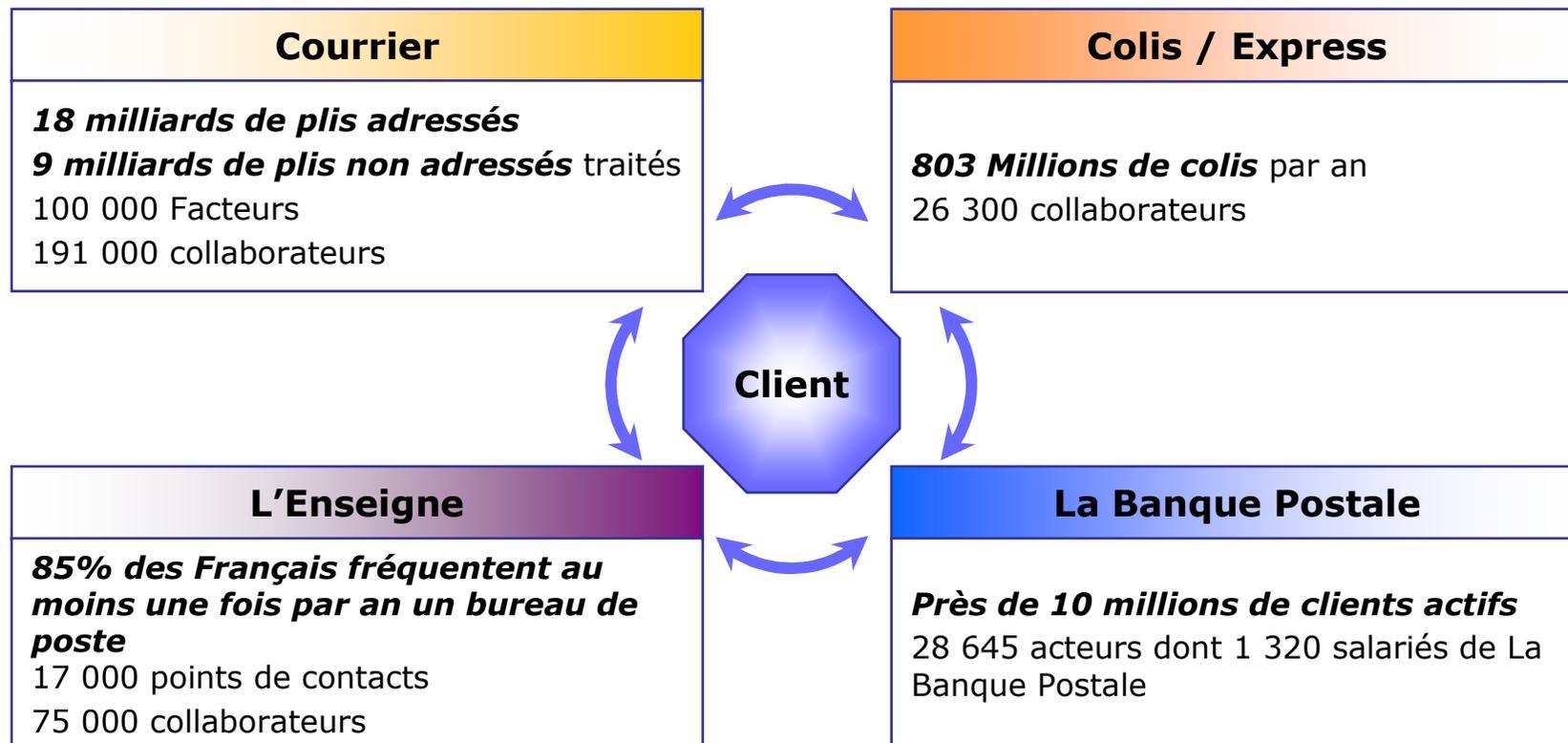


# Un cœur de métier : le service

## Plus qu'un opérateur de services, une marque de services

*Notre objectif 2012 :*

*« Être un grand groupe de services apprécié des Français »*



## Le service : Cœur de métier de La Poste

***L'ambition de service du groupe La Poste***



***« Devenir un grand groupe européen performant, proposant des services de qualité à nos clients particuliers, entreprises et territoires, fondés sur la confiance, la qualité de la relation de service, la considération de la personne et l'innovation. »***

Jean-Paul Bailly

Président du groupe La Poste



## La confiance : Levier majeur de la relation de service

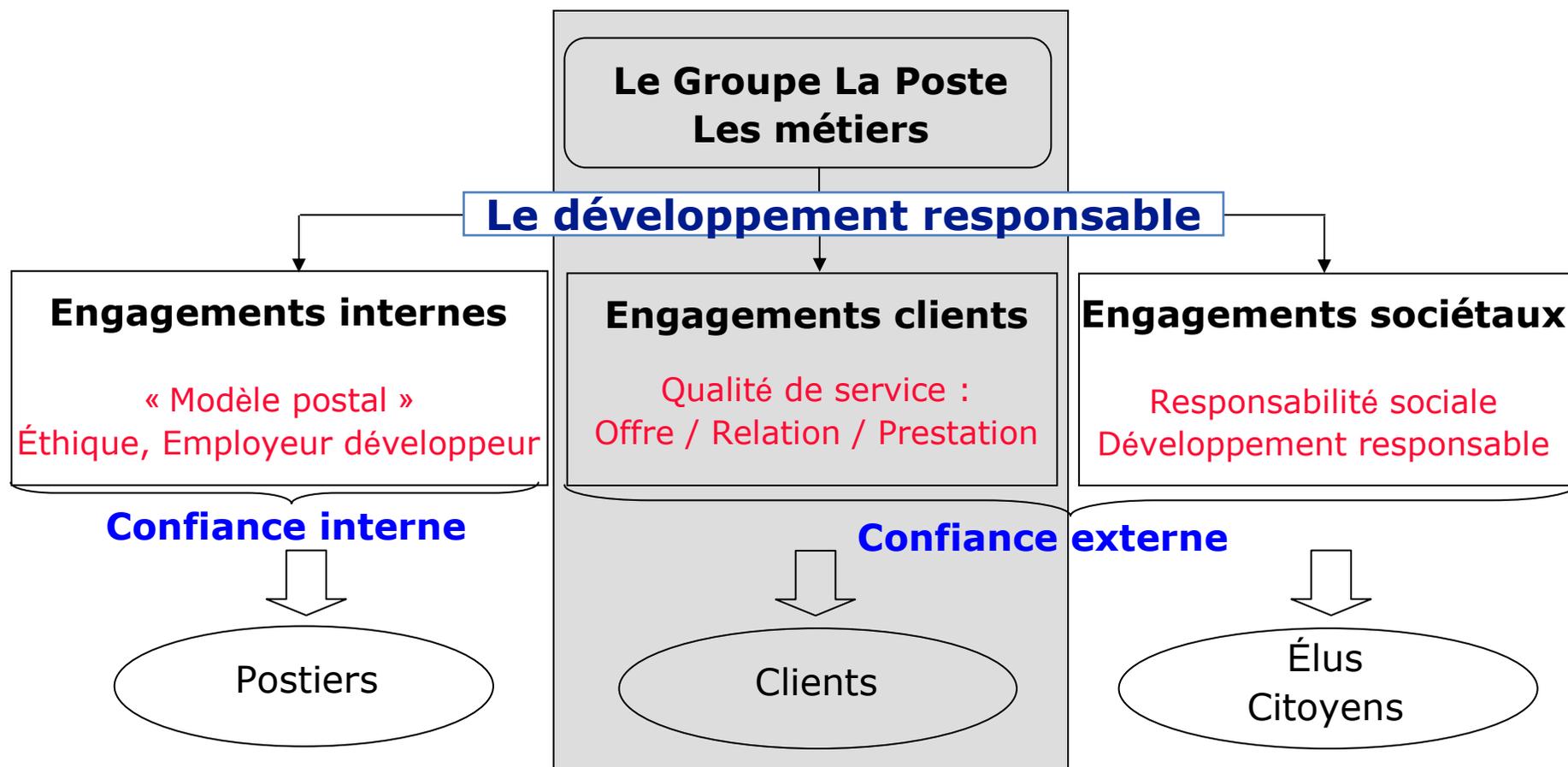
- La Poste : **2ème Marque préférée** des Français
- **89%** des Français font **confiance** à La Poste
- 1ère entreprise de confiance citée spontanément au Top Com TNS Sofres , ex aequo avec EDF
- Le développement responsable,  
au cœur de la stratégie de l'entreprise



**Maintenir et renforcer la confiance des clients est notre priorité pour  
devenir une grande marque de services**



# La démarche d'engagements : un périmètre global couvrant la relation au client, au postier et à la collectivité



Une démarche qui porte les valeurs de La Poste



## L'ambition de service : au cœur du projet stratégique Performance et Confiance

<b><i>Renforcer la confiance des clients</i></b>	<b><i>Les engagements clients</i></b>
<b><i>Simplifier la relation des Français avec La Poste</i></b>	<b><i>Le Service Consommateurs multi-canal Groupe</i></b>
<b><i>Susciter l'engagement des postiers</i></b>	<b><i>La diffusion de « l'esprit de service » à tous les niveaux de l'entreprise</i></b>
<b><i>Piloter l'ambition de service</i></b>	<b><i>Le suivi mensuel au niveau du Comité Exécutif du Groupe : le tableau de bord du Président</i></b>



## Les engagements clients : Dès 2009, La Poste prend cinq engagements

- Assurer une 2ème présentation de la lettre recommandée le lendemain si le client le demande avant 14H en semaine et 12H le samedi
- Faciliter l'accès à l'information sur les conditions de distribution du courrier et assurer une tournée au plus tard le lendemain en cas de tournée à découvert
- Dans les 1 000 plus grands bureaux, réduire l'attente et améliorer l'accueil :
  - réduire le temps d'attente moyen à moins de 9 mn dès fin 2009, et à moins de 8 mn dès fin 2010
  - permettre aux clients de réaliser les opérations simples en moins de 5 mn d'ici fin 2009
- Améliorer le traitement des réclamations
- Informer régulièrement les clients sur les services de La Poste et l'accès aux services



**Des engagements définis avec les clients, les associations de  
consommateurs et les postiers**



## Les engagements clients :

### Le traitement des réclamations, une composante clé de la confiance

- ***Le traitement des réclamation : un irritant client destructeur de confiance***
- ***Un engagement client au cœur de Performance et Confiance***
  - « ***Pour toute réclamation (déposée par courrier, courriel, téléphone ou en bureau de poste) à laquelle nous ne pouvons apporter une réponse immédiate au client, nous l'informons sous 48h00 des modalités de traitement de sa demande et du délai maximum de réponse. »\****
- ***Une nouvelle définition et de nouveaux principes directeurs pour le traitement des réclamations validés par le COMEX du 30 juin 2008***

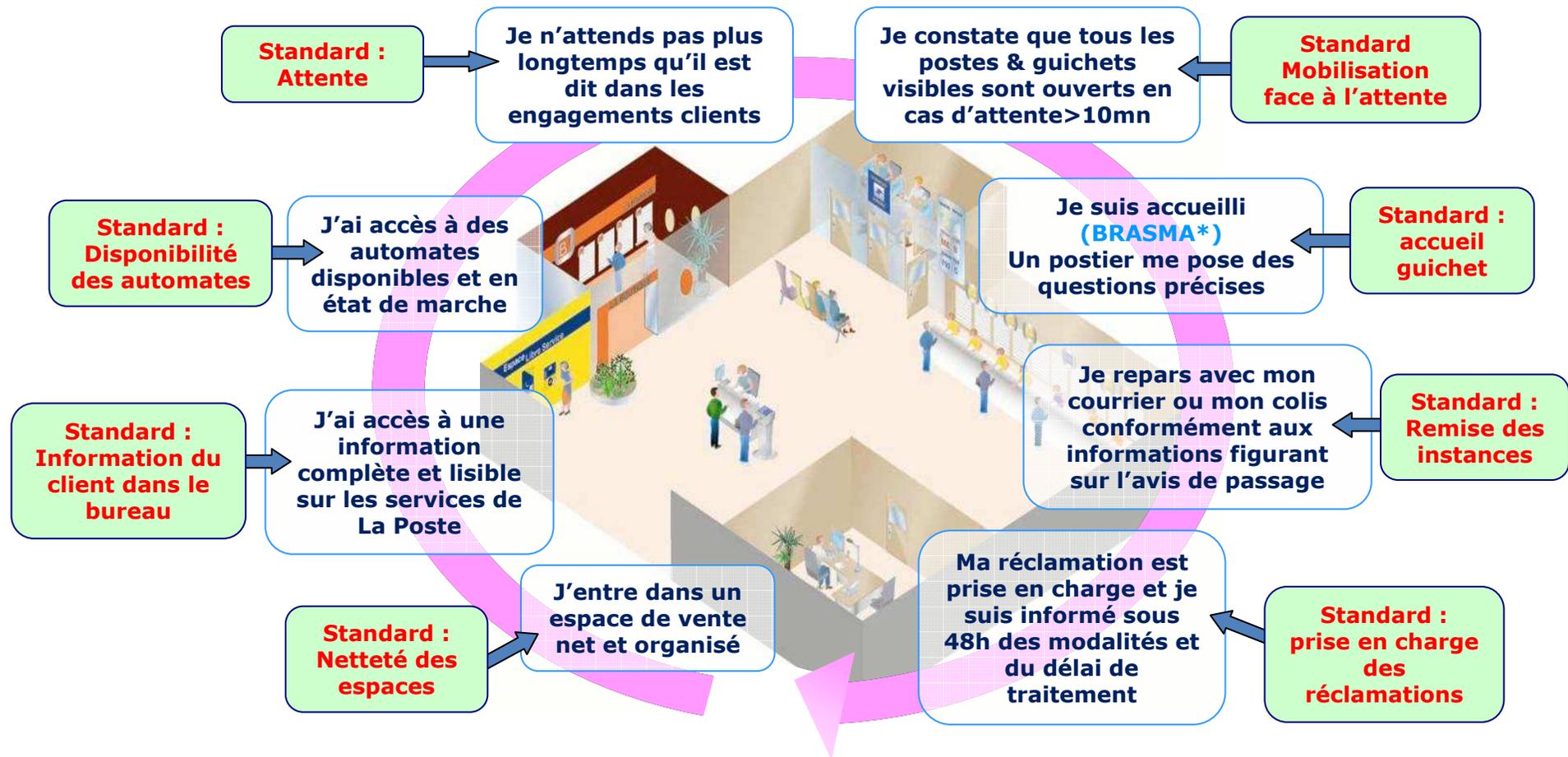
***Ce que nous voulons que les clients disent de notre dispositif de prise en charge et de traitement des réclamations :***

***« C'est clair , simple, accessible , réactif, rapide , fiable , efficace , ça redonne confiance »***

*\*Un engagement qui s'applique au Courrier, à ColiPoste et à l'Enseigne.*



# Les standards de service de l'Enseigne : La définition du service voulu au cœur de la stratégie de l'Enseigne



- **le conseil commercial** : un standard de service en cours d'élaboration



# Le renforcement de la confiance par la reconnaissance externe :

## La certification de service des bureaux de poste



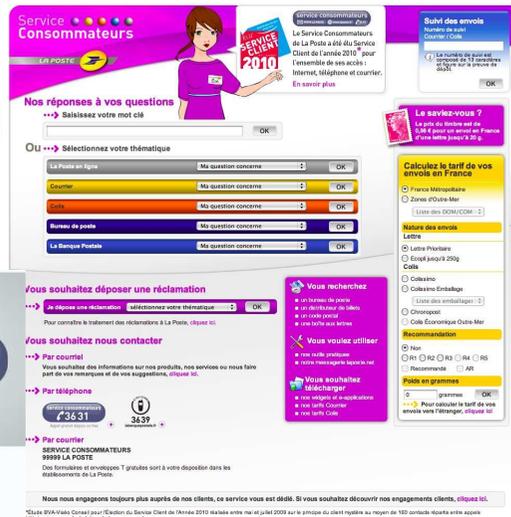
- Un référentiel d'engagements de service bâti avec toutes les parties prenantes (associations de consommateurs, ...)
- Une démarche basée sur l'application des standards de service.
- Une démarche fondée sur le volontariat des équipes : plus de 100 bureaux seront certifiés fin 2009.
- Un dispositif de communication dédié, avec affichage en bureau

Bienvenue dans un bureau certifié

**AFNOR CERTIFICATION**



# Le Service Consommateurs du Groupe : Une composante majeure de la relation client de La Poste



- Généralisé à l'ensemble du territoire – DOM compris – le 2 juin 2009.
- Le 3631 : un accès privilégié pour préparer sa venue au bureau de poste
  - Près de 400 000 appels mensuels au 3631
- Le Service Consommateurs sur laposte.fr : un accès privilégié pour le dépôt des réclamations et pour une information à tout moment
  - Près de 120 000 visiteurs uniques chaque mois
- Le formulaire de réclamation : un dispositif apprécié des clients réclamants
  - Près de 20 000 dossiers par mois
- Des améliorations apportées suite aux travaux menés avec les associations de consommateurs



Reconnu dès 2009 par les professionnels de la relation client



# Le Service Consommateurs du Groupe : L'accès Internet, des services enrichis à l'écoute des clients

The screenshot shows the 'Service Consommateurs' website interface. At the top, there's a header with the La Poste logo and a banner for 'Service Client 2010'. Below this, there are several sections: 'Nos réponses à vos questions' with a search bar and a dropdown menu for selecting a theme (La Poste en ligne, Courrier, Colis, Bureau de poste, La Banque Postale); 'Suivi des envois' with a tracking number input field; 'Le saviez-vous?' with a postage stamp and text about stamp prices; 'Calculez le tarif de vos envois en France' with a form for selecting destination (France Métropolitaine or Zones d'Outre-Mer), nature of the shipment (Lettre, Colissimo, Chronopost, etc.), and weight. There are also sections for 'Vous souhaitez déposer une réclamation', 'Vous souhaitez nous contacter' (by mail, phone, or courier), and 'Vous recherchez' (bureau de poste, distributeur, etc.). At the bottom, there's a footer with the La Poste logo and various legal notices.

**Annotations:**

- Arrow pointing to the 'Suivi des envois' section: **Les formulaires de dépôt des réclamations en ligne**
- Arrow pointing to the 'Vous souhaitez déposer une réclamation' section: **Le descriptif des modalités de dépôt des réclamations sur l'ensemble des canaux pour l'ensemble des activités**
- Arrow pointing to the 'Vous souhaitez nous contacter' section: **L'information sur les autres accès au Service Consommateurs**
- Arrow pointing to the bottom text: **Le descriptif des engagements clients**

**Les formulaires de dépôt des réclamations en ligne**

**Le descriptif des modalités de dépôt des réclamations sur l'ensemble des canaux pour l'ensemble des activités**

**L'information sur les autres accès au Service Consommateurs**

**Le descriptif des engagements clients**



## L'Esprit de service : Un levier pour réussir la tenue des engagements clients

**« Un ensemble de valeurs, d'attitudes clefs et de compétences qui permettent de construire dans la durée une relation client de qualité, fondée sur la confiance, sur l'engagement et le professionnalisme des postiers. »**



- **Des attitudes clés de l'Esprit de service communes à tous les métiers et traduisant l'engagement au quotidien des postiers**
  - Définies dans le cadre d'une démarche participative fondée sur l'expérience des postiers et les attentes des clients, et s'appuyant sur les valeurs de la Marque.



# MERCI DE VOTRE ATTENTION

