

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

19ème Convention AMARC
30 novembre 2009

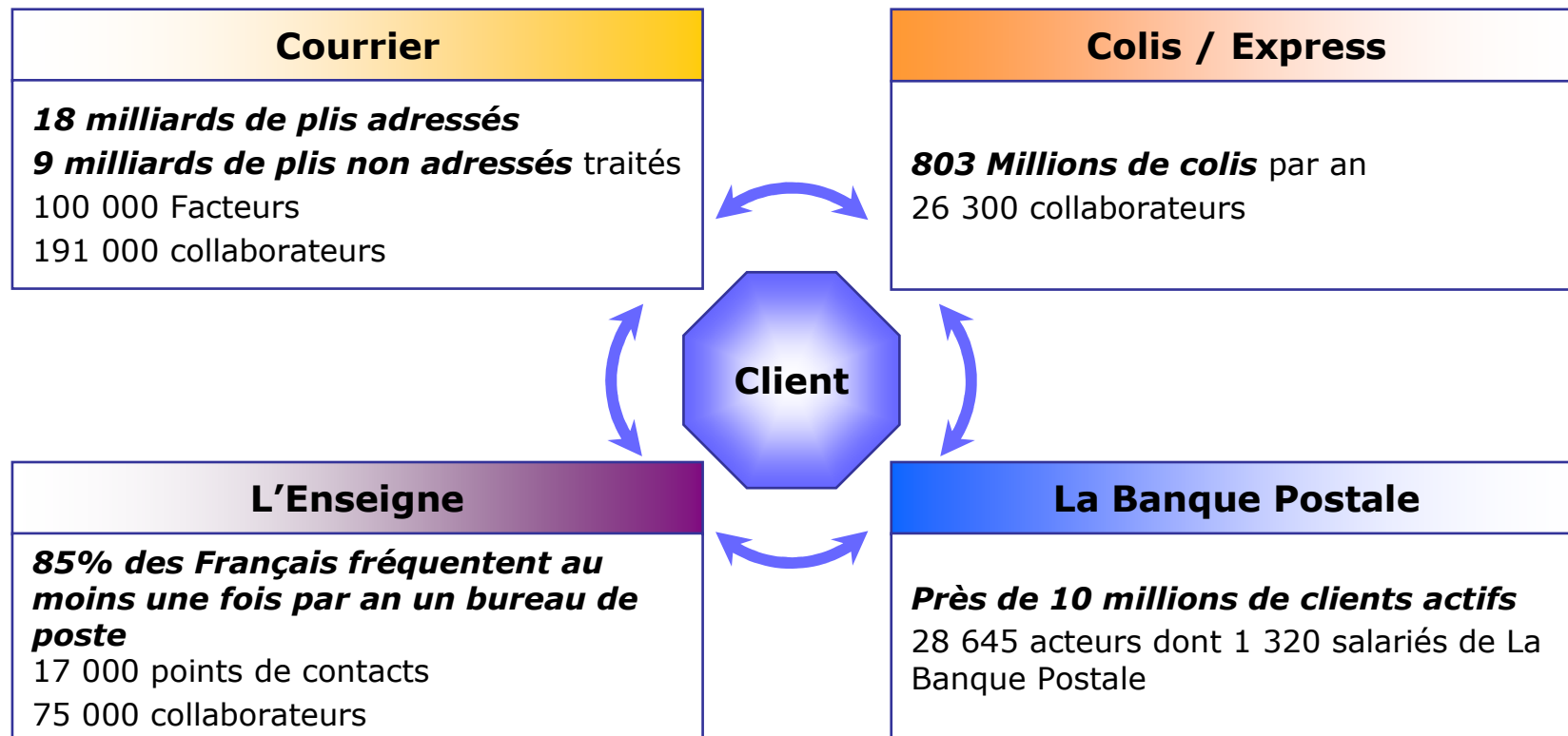


Un cœur de métier : le service

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

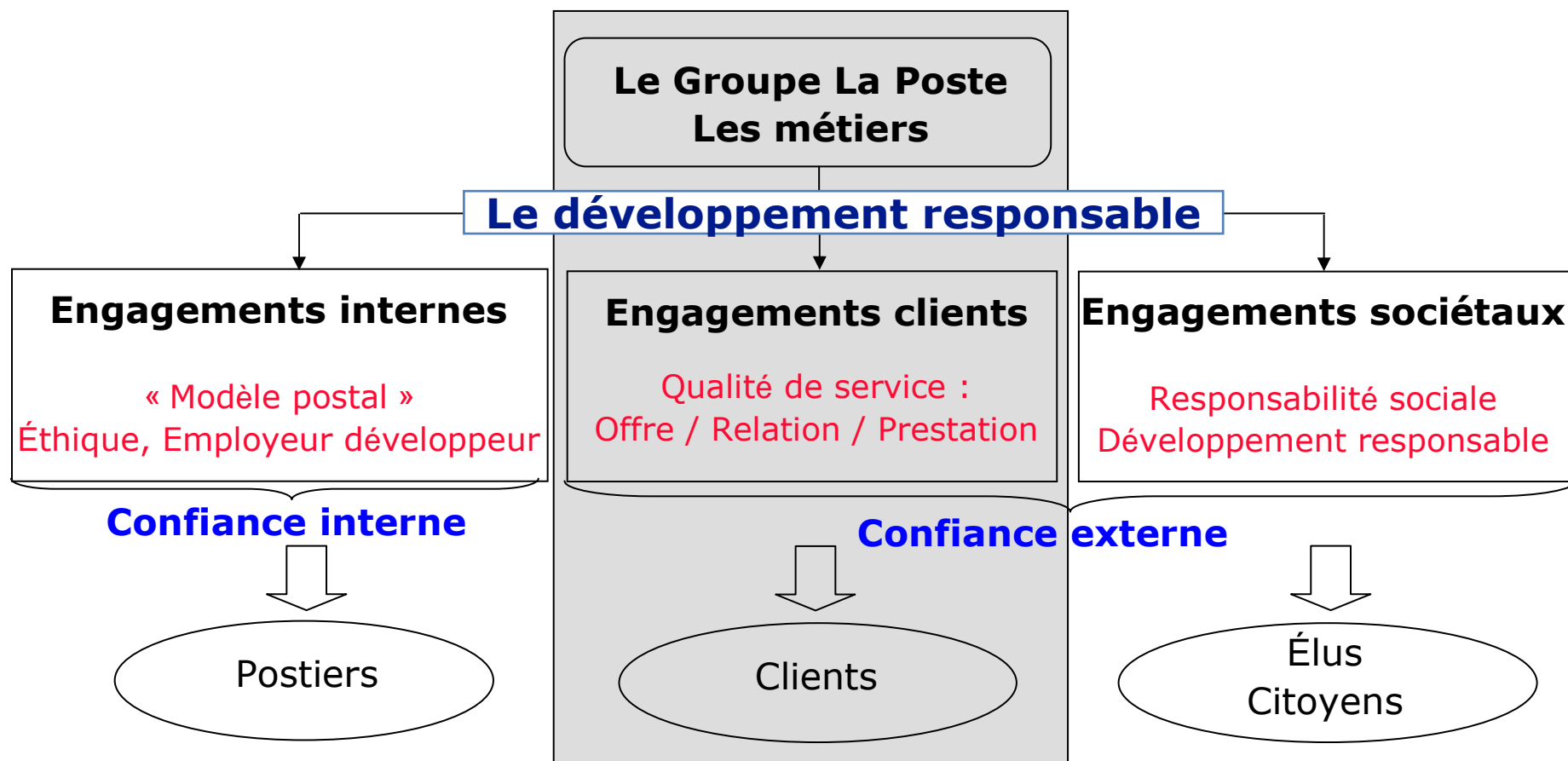
- La Poste : **2ème Marque préférée** des Français
- **89%** des Français font **confiance** à La Poste
- 1ère entreprise de confiance citée spontanément au Top Com TNS Sofres , ex aequo avec EDF
- Le développement responsable,
au cœur de la stratégie de l'entreprise



**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

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



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**

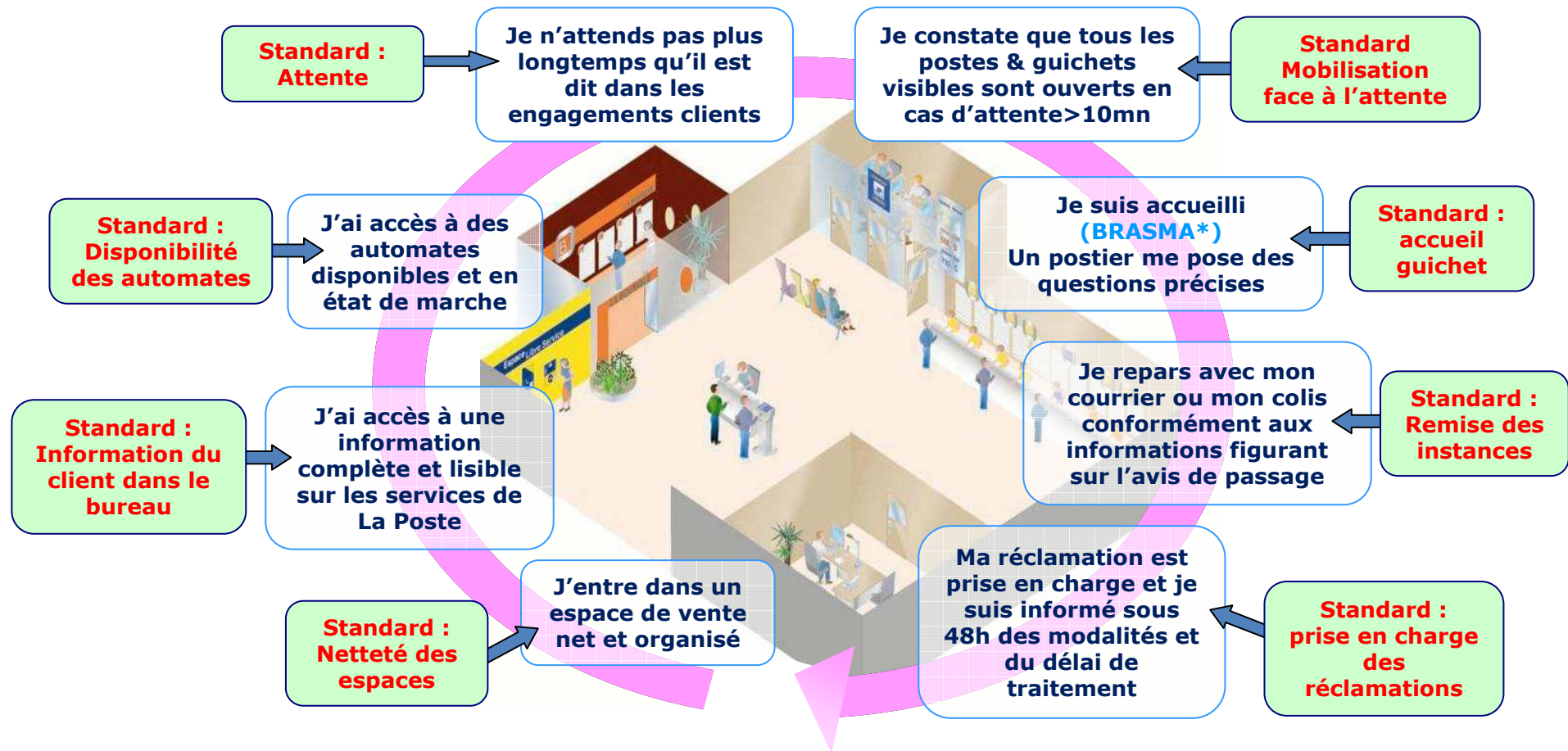
Ce que nous voulons que les clients disent de notre dispositif de prise en charge et de traitement des réclamations :

« 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



GRUPE LA POSTE

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 de l'année 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 dropdowns for destination and nature of mail; 'Vous souhaitez déposer une réclamation' with a form to select a theme; 'Vous souhaitez nous contacter' with options for 'Par courriel', 'Par téléphone', and 'Par courrier'; 'Vous recherchez' and 'Vous souhaitez télécharger' sections with lists of services; and 'Recommandation' and 'Poids en grammes' sections. At the bottom, there's a footer with the La Poste logo and legal information. Annotations with arrows point to various parts of the interface: 'Les formulaires de dépôt des réclamations en ligne' points to the 'Je dépose une réclamation' form; 'Le descriptif des modalités de dépôt des réclamations sur l'ensemble des canaux pour l'ensemble des activités' points to the 'Par courriel', 'Par téléphone', and 'Par courrier' options; 'L'information sur les autres accès au Service Consommateurs' points to the 'Par courriel', 'Par téléphone', and 'Par courrier' options; and 'Le descriptif des engagements clients' points to the text at the bottom of the page.

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

