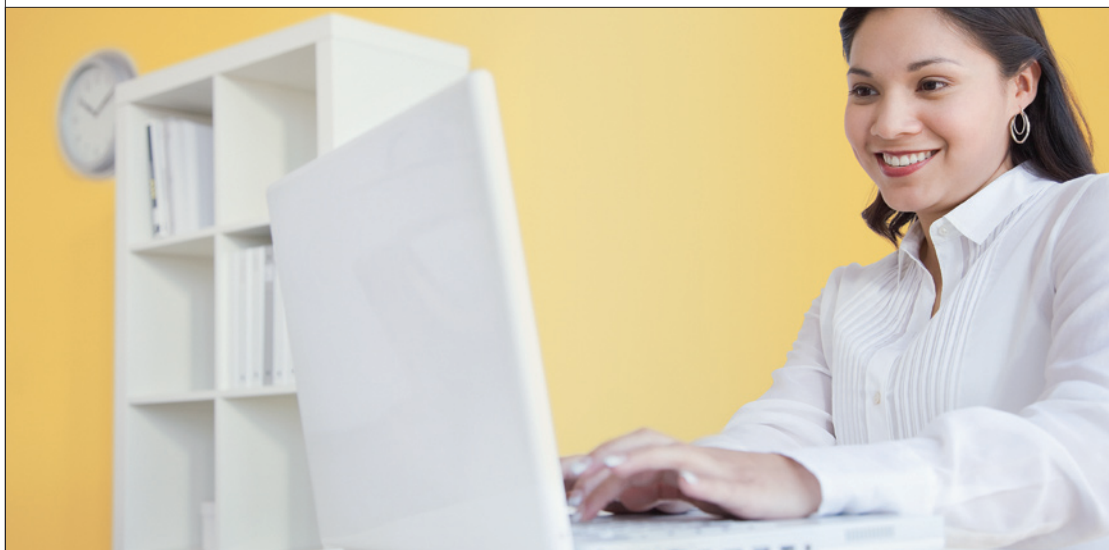


« La difficulté avec les commandes en ligne consistait à trouver une façon abordable de gérer et d'exécuter les demandes présentées sur Internet en temps opportun. Le service Réaction d'*IntelliFlot*^{MC} de Postes Canada a été une réponse pour nous. »



Guides SNAP Inc.

Le service Réaction d'*IntelliFlot*^{MC} de Postes Canada automatise les services d'entreposage et d'expédition de publications et exécute rapidement les commandes passées par les clients.

PLUS QUE LES PAGES JAUNES

Guides SNAP Inc. est une division de Groupe Pages Jaunes, responsable de la mise en marché de solutions publicitaires verticales. L'entreprise a été créée dans le cadre d'un partenariat entre Médias Transcontinental et les Pages Jaunes en vue de regrouper la créativité d'un magazine à l'aspect pratique d'un annuaire sous une même couverture. Guides SNAP est destiné à des groupes très précis dans la Région du Grand Toronto et à Montréal.

« Les gens consultent les Pages Jaunes lorsqu'ils connaissent l'entreprise qu'ils cherchent ou le service dont ils ont besoin », a déclaré Matthieu Houle, directeur général du Développement commercial pour Guides SNAP. « Autrement dit, ces gens sont essentiellement prêts à effectuer des achats. Guides SNAP travaille avec les annonceurs pour les aider à attirer des clients avant qu'ils en arrivent à cette étape. Nous avons voulu élaborer un programme qui attirerait des clients grâce à une publication accrocheuse qui aiderait les annonceurs à faire la promotion de produits et de services auprès de secteurs de marché ciblés. »

APERÇU

SOCIÉTÉ

Guides SNAP Inc.

SECTEUR D'ACTIVITÉS

Publicité

DÉFI

Trouver une façon abordable de gérer et d'exécuter les demandes et les commandes en ligne en temps opportun.

SOLUTION

Guides SNAP a raccordé son site Web au service Réaction *IntelliFlot*^{MC} et a complètement automatisé ses services d'entreposage et d'expédition de publications. Postes Canada assure désormais toute une gamme de services de distribution de documents, de marketing, de vente et de préparation de documents pour SNAP Guides. Que les entreprises envoient des livres, des catalogues, des publipostages ou d'autres documents, les services de préparation de documents peuvent être personnalisés de façon à répondre aux exigences et aux besoins commerciaux particuliers de chaque client.

AVANTAGES

- Faire affaire avec un fournisseur pour la saisie des commandes, l'approvisionnement et l'exécution.
- Accroître le taux de satisfaction des clients.
- Réduire les coûts d'exploitation.
- Transformer l'information transmise par le mode de réponse choisi par le client, peu importe lequel.

EXÉCUTION DE COMMANDES RAPIDE ET À PRIX ABORDABLE PAR LE SERVICE RÉACTION INTELLIFLOT

Guides SNAP a créé deux annuaires et intégré le service Réaction *IntelliFlot* de Postes Canada directement dans les sites Web des annuaires afin que les commandes des clients soient exécutées rapidement et à prix abordable.

M. Houle a déclaré ce qui suit : « La difficulté avec les commandes passées sur Internet consistait à trouver une façon abordable de gérer et d'exécuter les demandes sur Internet en temps opportun. Postes Canada était la réponse. »

Guides SNAP a recours au service Réaction *IntelliFlot* de Postes Canada. Le service est directement intégré à www.renovons.ca et à www.apleinevie.ca.

« Lorsqu'un particulier ouvre une session pour commander le numéro spécial de *Décormag* ou *Bel Âge*, la demande est acheminée par voie électronique à Postes Canada pour l'entreposage. Lorsque la commande arrive, Postes Canada détermine s'il faut une version française ou anglaise et elle traite la commande », a déclaré M. Houle. « Postes Canada le fait à un prix trois à quatre fois plus bas que d'autres fournisseurs. Le service Réaction *IntelliFlot* prend en charge la saisie des commandes, l'approvisionnement et l'exécution à un coût abordable.

Non seulement le service Réaction *IntelliFlot* transforme-t-il l'information des cartes-réponse, des formulaires de demande, des questionnaires et autres instruments de réponse en données électroniques au tout début du cycle de livraison, mais il recueille aussi les réponses sur le Web et assure rapidement la saisie des commandes, l'approvisionnement et l'exécution.

VALEUR AJOUTÉE POUR LES LECTEURS ET LES ANNONCEURS

Le premier annuaire était axé sur les rénovations à domicile pour les ménages disposés à redécorer leur maison. Un annuaire d'annonceurs offrant des services de décoration a été intégré dans le magazine *Décormag* de Médias Transcontinental, destiné aux propriétaires de maison âgés de 35 à 54 ans avec un revenu annuel supérieur à 80 000 \$. L'annuaire était conçu pour des quartiers bien précis où les maisons étaient âgées et où on observait une forte tendance pour la rénovation. Médias Transcontinental présentait des éditoriaux, et le résultat final, c'est un annuaire qui se lit comme un magazine.



Publication de Médias Transcontinental



Numéro À pleine vie du magazine *Bel Âge*

La deuxième publication donnait aux personnes âgées à l'aise financièrement un accès facile aux services de planification financière, d'assurance et d'hébergement pour les personnes âgées et aux loisirs. Il s'agissait d'un numéro spécial du magazine *Bel Âge* associé à un guide contenant des renseignements utiles pour les femmes actives et en santé et âgées de 50 à 70 ans.

DISTRIBUTION CIBLÉE

La distribution des deux annuaires était ciblée : 260 000 publications ont été distribuées à Toronto et 200 000, à Montréal. La livraison à domicile s'est faite selon des Codes postaux^{MO} ciblés. Parmi les autres endroits ciblés, mentionnons les kiosques à journaux et les comptoirs postaux pour la publication *Décormag* ainsi que les foyers pour personnes âgées et les pharmacies pour le magazine *À pleine vie*. On pouvait également se procurer les annuaires dans des foires commerciales et des conférences et ils ont été distribués dans des sacs transparents avec d'autres publications de Transcontinental. On pouvait y avoir accès sur Internet à www.apleinevie.ca et à www.renovons.ca.

Voici quels étaient les objectifs de la campagne :

1. ajouter de la valeur pour les lecteurs,
2. ajouter de la valeur pour les annonceurs,
3. liens en ligne pratiques permettant de commander la version papier des publications,
4. une procédure simplifiée permettant de recueillir et de gérer efficacement les renseignements sur les consommateurs,
5. gestion intégrée de l'exécution de commandes.

Environ 70 % de la distribution se faisait à domicile, et les 30 % qui restaient par d'autres moyens. Matthieu Houle a déclaré ce qui suit : « L'un des canaux le plus important était nos sites Web. Les clients éventuels pouvaient passer des commandes sur Internet en consultant www.renovons.ca ou à www.apleinevie.ca. Dans ces cas-là, les abonnés étaient plus précieux pour les annonceurs parce qu'ils avaient choisi eux-mêmes d'être des clients éventuels. Le prix abordable et la rapidité d'exécution sont des facteurs importants pour ces abonnés. »

Les spécialistes du marketing travaillent sans relâche à trouver de nouveaux clients, à saisir les indications de clients, à multiplier les abonnements, à inciter les gens à télécharger des documents et à stimuler les transactions. D'après les études, les acheteurs qui consultent les Pages Jaunes sont prêts à effectuer un achat, ce qui incite fortement les annonceurs à faire de la publicité dans ce média consacré. Les utilisateurs des Pages Jaunes se rangent dans deux catégories.

- Le **marché connu** est constitué d'acheteurs qui sont à la recherche d'une entreprise pour les raisons suivantes :
 - quelqu'un d'autre la leur a recommandée;
 - ils ont vu ou entendu des publicités sur cette entreprise;
 - des vendeurs la leur ont conseillée;
 - ils ont remarqué l'affiche de l'entreprise en passant devant;
 - ce sont d'anciens clients qui ont déjà fait affaire avec elle auparavant.
- Le **marché inconnu** est constitué d'acheteurs qui sont à la recherche d'une entreprise et qui présentent les caractéristiques suivantes :
 - nouveaux arrivés en quête d'endroits pour faire leurs achats;
 - des acheteurs pressés qui ont besoin d'aide rapidement;
 - des acheteurs déçus par un concurrent;
 - des acheteurs rares ou occasionnels;
 - des acheteurs comparateurs en quête de qualité, d'estimations et de services;
 - des visiteurs, comme des touristes, des voyageurs d'affaires et des gens à l'étranger pour quelques années; qui ont besoin d'aide.

Grâce aux Pages Jaunes, les entreprises peuvent joindre les consommateurs connus et inconnus à l'étape la plus importante du cycle d'achat, c'est-à-dire lorsqu'ils choisissent une entreprise pour comparer les produits et les services. Les Pages Jaunes organisent également la distribution afin que chaque ménage et chaque entreprise puissent avoir accès à l'information sur les annonceurs par l'entremise de leur réseau de distribution.

Le service Réaction IntelliFlot^{MC} transforme l'information des cartes-réponse, des formulaires de demande, des questionnaires et autres instruments de réponse en données électroniques au tout début du cycle de livraison. Le service permet également de recueillir les réponses sur Internet et assure rapidement la saisie des commandes, l'approvisionnement et l'exécution à un prix trois à quatre fois plus bas que d'autres fournisseurs.