

Facts & Figures

Swiss Post International France

SPI France s'est positionné avec succès auprès d'une clientèle aux activités internationales grâce à des prestations de premier ordre, des conseils éclairés et des solutions d'envois individuels adaptées.

Rétrospective

- **1997**: Swiss Post International, la division indépendante de la Poste Suisse, crée la filiale Swiss Post International France (SPI France) à Chassieu près de Lyon.
- **2007** : solutions d'injection directe sur 4 pays
- **2008** : dématérialisation des retours
- **2009** : solutions d'injection directe sur 19 pays
- **2010** : Swiss Post International enregistre un bénéfice net de 35 millions d'euros et un taux de rentabilité commerciale de 6,1%.

Vincent Morius, Directeur Général pour la France apporte un éclairage sur les résultats de SPI France : « *L'année 2010 a été placée, une fois encore, sous le signe de la croissance pour SPI France : nous avons ainsi enregistré un important gain de parts de marché. Cette croissance, nous la devons à la performance de nos solutions en matière de courrier d'entreprises et de publipostage.* »

- **2011** : lancement de la SwissPostCard pour les entreprises

Stratégie

L'entreprise se concentre sur une croissance rentable de ses ventes qui est notamment possible grâce aux optimisations orchestrées en matière de logistique et de nouvelles technologies, ainsi qu'au travers d'une extension de l'offre de services. L'offre est ainsi systématiquement structurée pour répondre aux besoins de secteurs clés : vente par correspondance, tourisme, presse, édition. Les solutions de Swiss Post International apportent une visibilité précise et davantage de flexibilité sur les livraisons ; le tout, avec une réelle facilité de retour. Votre activité est alors optimisée et la qualité de service accrue. Sans oublier qu'une livraison réussie est un facteur prouvé de ré-achat à la même enseigne !

Prestations de services

Chaque client obtient, auprès de SPI France, un interlocuteur personnel pour tout ordre et toute demande. Des entreprises de la France entière profitent du réseau de distribution international SPI.

L'offre de prestations SPI à destination des sociétés se structure comme suit:

Direct Marketing :	Pour l'envoi mondial de publipostages, préparation
Marketing Mail International	des expéditions et gestion des réponses pour la prospection et la fidélisation des clients.
Journaux et périodiques :	Pour l'expédition de titres de presse internationaux et
Press International	gestion d'abonnements.
Envoi de petites marchandises :	Pour les clients commerciaux qui expédient de petites
Business to Consumer B2C	marchandises dans le cadre du commerce international à distance.
Courrier quotidien :	Pour l'expédition internationale de correspondances,
Business Mail International	d'extraits de compte et de factures.
SwissPostCard	La garantie d'une plus grande flexibilité : la SwissPostCard permet un publipostage de cartes postales personnalisées, créées en ligne par l'opérateur avant d'être affranchie et livrée physiquement aux destinataires.

Expertise et références

Les clients de SPI France apprécient avant tout les prestations de services individuels pour leurs envois internationaux à partir de la France.

L'objectif de SPI France : les accompagner au quotidien dans leur communication client. SPI France souhaite ainsi aller encore plus loin et instaurer une réelle dynamique en matière de services personnalisés innovants pour leur permettre d'attirer de nouveaux clients et de fidéliser leurs clients existants.

Pour ce faire, SPI France s'appuie sur son expertise locale, développée aux côtés de près de 50 clients de renom tels que le Conseil de l'Europe, 3MA GROUP, KOOKAÏ, EUROMASTER, le Comité départemental des Ardennes, ou le Club français du Vin.

Grace à des solutions innovantes conçues par les experts de SPI France, l'activité tourisme s'est largement développée.

Ainsi, pour les entreprises du tourisme, Swiss Post International a conçu une plateforme de brochures de vacances, www.holiday-infoshop.com, via laquelle les entreprises peuvent développer des offres spécifiques en fonction du groupe ciblé ou des préférences en matière de voyages.

En 2010, SPI a aussi élaboré une solution de retours innovante pour la vente par correspondance internationale : les consommateurs finaux issus de plus de 18 pays peuvent désormais retourner sans frais leurs achats s'ils ne sont pas conformes à leurs attentes.

Compétences-clés SPI France:

- Envoi international de marchandises, colis et documents jusqu'à 2 kg au maximum (service Priority ou Economy)
- Envois en nombre à des destinataires du monde entier (Service Priority ou Economy)
- Envoi de titres de presse
- Conseillers personnels disponibles à tout moment
- Rapidité du service commercial
- Service d'enlèvement
- Conception individuelle de l'affranchissement