

2013-2018 : « la confiance partagée »

Trois nouvelles ambitions du Groupe La Poste sont avancées pour que celui-ci devienne le partenaire de confiance.

1. Etre leader des services de proximité

Les prestations aux e-commerçants et les services aux personnes à domicile sont les nouveaux marchés à saisir. Nous sommes présents six jours sur sept sur l'ensemble du territoire. La convergence des trois réseaux doit s'opérer: le réseau humain des postiers ; le réseau physique des 17 000 points de contact et 7 000 points-relais, et le réseau numérique.

2. Mener la transformation numérique

Pour réaliser plus de 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires en ligne en 2018, il s'agit de créer une « enseigne numérique » qui simplifie le parcours client et la gestion de la relation client. La Poste devient le tiers de confiance sur la Toile et partenaire de référence des e-commerçants. Il faut faire des postiers les premiers ambassadeurs de la mutation numérique du Groupe.

3. Accélération de la croissance

Etablissement de partenariat et rachat d'entreprises en priorité à l'international dans les secteurs du colis-express et du courrier international, et sur les marchés porteurs en France.

Chaque métier doit apporter sa « part de confiance » :

-Le Courrier lance le plan « 2018 Réinventons le courrier » pour s'adapter et innover, face à la chute accélérée des volumes.

-Le Colis-Express cultive l'innovation et vise le marché mondial, face à la concurrence exacerbée des acteurs de l'e-commerce.

-La Banque Postale accélère son développement commercial en cultivant sa différence « l'intérêt du client d'abord » face à des taux d'intérêt au plus bas et la montée des banques en ligne ;

-L'Enseigne modernise son modèle de distribution pour offrir une expérience client adaptée aux attentes, face à la baisse de fréquentation aux guichets.

Source : « Le projet stratégique 2013-2018, La confiance partagée », document interne, novembre 2013, 7 p.