



## "Le courrier administratif peut devenir un outil relationnel efficace"

Par Claire Morel 21/10/2011

**Le courrier apparaît souvent comme un support de communication relationnelle desuet. Pourtant, il offre de nouvelles opportunités mises en avant par La Poste.**

Jeudi 20 octobre, à l'occasion d'un dîner organisé par l'**Agora Club** rassemblant près de 80 directeurs relation client et directeurs commerciaux, Marc Pontet, directeur général adjoint, directeur marketing et commercial du courrier de La Poste, a démontré que le courrier reste **un canal précieux pour entretenir une relation privilégiée avec ses clients**. Les courriers relatifs aux factures et aux relevés de compte représentent une opportunité de **personnaliser une communication**, voire de la rendre interactive grâce à des nouveaux outils comme le code 2D, a-t-il déclaré.

Lorsque l'on sait que le courrier est le **media préféré de 37% des Français** contre 1% seulement pour l'e-mailing, et que **le taux de mémorisation sur le courrier adresse atteint 59%**, selon le dga de La Poste, il semblerait que ce canal ait encore toute sa place dans une stratégie relationnelle multicanal.

**A LIRE AUSSI SUR LE THEME « CANAUX »**

**A LIRE AUSSI SUR LE THEME « COURRIER »**