

pourquoi /le hub ?

Le dispositif online Performance Client devient aujourd'hui /le hub, le média de la Performance Client.

Cette démarche concrétise la volonté de La Poste d'étendre et d'intensifier ses échanges avec l'ensemble des acteurs de la communication et du marketing : annonceurs, agences et organisations professionnelles.

Le dispositif Le Hub a pour objectif de faire partager des réflexions que La Poste mène à travers plusieurs initiatives : les Ateliers de la Performance Client, mais aussi les nombreuses études et les différents événements que l'entreprise soutient.

Complément du site www.laposte.fr/lehub, vous avez entre les mains /le hub' programme, support qui vous informe de l'ensemble de ces initiatives.

Maryse MOUGIN, Directeur de la Relation Clients, Direction du Courrier La Poste



/le hub
Le média de la Performance Client

Ateliers de la Performance Client

23 septembre

Carrefour
Les enjeux de la relation

Intervenant :
Karine Lagier,
Directeur de la Relation Clients
Carrefour

22 octobre

Baromètre La Poste / CSA
4^e édition : Consommateurs
et Information

Intervenants :
Henri Boulan,
PDG de l'Institut CSA
Nathalie Rouvet,
Dirigeante In Between

26 novembre

**L'optimisation des stratégies
médiés multi-canales
et vision intégrée de
la communication**

Intervenant :
Ariel Steinmann,
Vice-Président Marketing
ING Direct France

14 décembre

**Dans le cadre du Festival
de la Publicité de Méribel,
Magister Débat**

Intervenants :
Thierry Saussez,
Délégué Interministériel à la
Communication et Directeur du SIG
Pierre Giacometti et
Alain Péron, Co fondateurs
de GiacomettiPéron&Associés

/le hub 'programme
Le média de la Performance Client

octobre - décembre 2008

GROUPE LA POSTE



GROUPE LA POSTE



Contact /le hub : Amandine Simard - amandine.simard@laposte.fr - 01 55 44 05 07

Ce programme est imprimé sur du papier composé de 60 % de fibres recyclées et de 40 % de fibres vierges FSC issues de forêts gérées durablement.

GROUPE LA POSTE



<http://www.laposte.fr/lehub>

Ateliers de la Performance Client

Aujourd'hui, nous lançons /le hub, le média de la Performance Client.

A l'origine de ce dispositif, en 2005, La Poste a créé les **Ateliers de la Performance Client**, destinés aux annonceurs, et particulièrement aux directeurs généraux, directeurs du marketing, de la communication et de la relation client.

L'objectif des **Ateliers de la Performance Client** est de favoriser les échanges et la réflexion entre **grands annonceurs** sur des problématiques communes de **marketing client**, huit fois par an.

Ainsi, au fil des années, un réseau s'est constitué autour de ces rencontres.

Nous avons souhaité élargir ces échanges entre professionnels à toute la communauté marketing et communication. C'est ainsi que La Poste propose des synthèses des Ateliers de la Performance Client sur le site www.laposte.fr/lehub.

Au-delà, nous enrichissons régulièrement cette démarche en proposant des dossiers, des études et une veille permanente sur les tendances du marché.



événements

7 octobre

Remises des CUBES 2008
Salon de la VAD à Lille

A l'occasion du salon de la VAD (7-9 octobre), La Poste organise, en partenariat avec l'AACC et la FEVAD, les Cubes, qui récompensent la créativité, l'innovation et l'efficacité des meilleures campagnes de marketing relationnel internationales.

<http://www.lescubes.com/>
<http://www.vad-expo.com/>



12-17 décembre

Festival de la Publicité de Méribel
Les Masters de la Création



Depuis 4 ans, La Poste est partenaire du Festival de la Publicité de Méribel. De plus, depuis 3 ans, elle y organise les Masters de la Création, concours de recherche & développement qui récompense la création de campagnes destinées à utiliser le média expert du contact direct, la boîte aux lettres.

<http://www.lesmastersdelacreation.com/>
<http://www.meribel-adfestival.com/>

études

Synthèses des résultats disponibles sur www.laposte.fr/lehub

Étude TNS Sofres / La Poste / Mediapost

« **Les Français et le courrier publicitaire, une relation d'avenir** »

Cette 4^e édition de l'étude a pour objectif de mesurer la relation des Français à l'écrit et au papier, dans un contexte de développement accéléré des nouvelles technologies (internet, messagerie, mobilité).

À découvrir en octobre

Baromètre La Poste / Price Minister

« **Le C to C** »

Ce baromètre réalisé par l'institut OpinionWay analyse l'évolution des comportements des Français qui achètent et vendent sur Internet.

À découvrir en octobre

Étude Mission Recherche / Groupe La Poste

« **Réseaux sociaux et modes de consommation** »

Cette étude apporte un éclairage sur l'impact des médias sociaux sur la consommation des 15-25 ans.

À découvrir en novembre

Baromètre La Poste / CSA

« **La Poste / CSA : Consommateurs et Information** »

Depuis 4 ans, ce baromètre a pour objectif de mesurer et de donner des enseignements sur la relation des consommateurs aux marques. Chaque année, un thème spécifique est approfondi. Cette année : Consommateurs et Information.

À découvrir en novembre