

LAPOX

LA POSTE AT HOME, MAKE IT SIMPLE

-

Camélia Benhed - Lilian Pierrot - Kevin Song - Barathan Somasundrames - Amine Souames

PROBLEMATIQUE

En quoi La Poste peut vous simplifier la vie ?

CONCEPT

Afin de résoudre le problème de la déficience financière, nous allons introduire un projet qui pourra être la solution de celle-ci. Nous allons proposer de nouveaux services pour ainsi attirer la clientèle.

—

L'idée de ce projet serait la création d'un portail accessible à partir de son smartphone, ainsi qu'une box.

—

Pourquoi une box ? Lapox, serait la nouvelle box de Laposte qui communiquerait directement avec le Facteo et Laposte centrale de la ville. Lapox est une box connecté aidant aussi la gestion des autres appareils de proposer par Laposte tels que la balance connectée, la smart key, la boîte au lettre, ...

—

Le portail, quand a lui comprendra toutes les autres applications de Laposte, accompagné des nouveaux services non-lié aux objets connecté.

Analyse de l'environnement

DES MISSIONS EN CONSTANTE EVOLUTION

La Poste, est une entreprise multi métiers. Premier réseau de proximité de France avec **17 000 points de contacts**, La Poste s'inscrit dans une optique d'utilité publique en développant une relation de confiance grâce à ses **80 000 facteurs présents au domicile des Français**.

En effet, elle facilite les échanges, participe au maintien de l'unité territoriale, favorise le développement des territoires et surtout contribue au lien social.

L'entreprise se base sur **4 missions importantes** :

- La distribution du courrier 6 jours sur 7 au domicile de tous les Français
- L'accessibilité bancaire qui permet à toute personne d'être accueillie et de se voir proposer la solution bancaire la plus adaptée à sa situation
- La contribution à l'aménagement du territoire. Principal service public présent dans les zones rurales et dans les zones urbaines sensibles, le Groupe La Poste joue un rôle majeur dans le maillage territorial.

- Le transport et la distribution de la presse.
Déjà bien ancrée dans ses missions principales, La Poste se doit d'évoluer avec l'ère du numérique et des nouvelles technologies de l'information et de la communication.
Elle développe pour cela 3 nouvelles missions d'intérêt public.
- Participer à la transition énergétique en s'appuyant sur le réseau des facteurs pour identifier les 5 millions de logements « passoires énergétiques » et financer les travaux avec l'aval de La Banque Postale
- Contribuer à la modernisation de l'action publique en organisant la mutualisation des services publics sur le territoire
- Devenir un tiers de confiance numérique, grâce au Cloud La Poste qui pourrait devenir l'environnement de confiance de chaque Français sur le web.

Ainsi, dans une optique d'innovation, La Poste compte conquérir l'avenir d'ici 2020.

LA POSTE, LEADER DE L'INNOVATION DE DEMAIN ET DES SERVICES PERSONNALISES

La Poste se donne comme objectif de **conquérir de nouveaux territoires** tels que le **commerce en ligne** ; la **logistique de proximité** ; l'**assistance aux personnes âgées, fragiles et/ou isolées** ; les **échanges numériques sécurisés** ; les **services liés à l'habitat connecté** ; l'**économie sociale et solidaire au sein des territoires** ; le **financement des projets du secteur public local et des autres personnes morales** ; de nouvelles activités à partir des actifs du Groupe : gestion immobilière pour le compte de tiers, téléphonie mobile, box Internet et services associés. Ce sont des éléments importants pour la suite du projet à créer.

Le facteur le plus important est de ne pas perdre de vue le côté humain pour créer et maintenir cette relation de confiance entre le facteur et le client.

Ainsi, La Poste décide de créer des services personnalisés essentielles et accessibles par tous, pour améliorer la relation client. Elle développe alors 4 services tels que **Facteurs Services +**, **IDentité Numérique**, **Start'inPost**, et **Digiposte**.

C'est donc dans cette optique que nous avons décidé de créer un concept qui s'inscrit dans le service à la personne pour les « **Services Courriers-Coli** ». Le but est de :

- Relever le défi du «100% promesse tenue».
- Développer de nouveaux services au domicile (Portage, collecte, installation et veille) qui feront du réseau connecté des facteurs, le premier réseau de services au domicile.

ANALYSE DU MARCHÉ ET DES CONCURRENTS

Le marché de la livraison de colis et courriers est aujourd'hui fortement concurrencé. Avec la présence de nouveaux géants du e-commerce offrant des livraisons privées, La Poste rencontre un essoufflement de son activité de base, la distribution de courrier et colis en 2013. Le leader du courrier se voit aujourd'hui concurrencé par Chronopost, DHL, Courrier Plus et surtout Amazon, géant du e-commerce. Avec des prix bas et un service de livraison plus personnalisé et privé, la concurrence s'impose de plus en plus, en utilisant notamment de plus en plus le numérique et entraînant une baisse du chiffre d'affaires annuel de 7% depuis 2008 pour La Poste.

De plus, ce marché bénéficie de la progression des nouveaux modes de consommation due à la pénétration d'internet et des nouvelles technologies de l'information, comme le e-commerce. En 2013, selon la Fevad (Fédération e-commerce et vente à distance), le e-commerce de produits et services représente en France un chiffre d'affaires de 51,1 milliards d'euros, soit une progression de 13,5% par rapport à 2012. L'internet constitue désormais une part prépondérante de 92 % du chiffre d'affaires global de 55,8 milliards d'euros de la vente à distance.

Le développement du e-commerce a généré de nouveaux modes de consommation qui ont eu pour effet d'accroître les achats avec livraisons de colis au domicile du consommateur.

Les modes de livraison choisis par les acheteurs sont répartis majoritairement au domicile (80%), et dans une moindre mesure et de manière décroissante dans un point relais (57%), en magasin (23%), en bureau de poste (16%), dans un autre lieu (4%) et en consignes (1%).

C'est donc dans l'optique de regagner sa position de leader incontesté du service courrier-colis, que La Poste doit se renouveler et intégrer l'univers numérique à ses services.

ANALYSE DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs se plaignent principalement de problèmes de livraison, quand ils achètent à distance, et en particulier par internet : le nombre de ces plaintes est passé de **moins de 5000 à près de 6000 entre 2008 et 2013**. Le **retard dans la livraison** est le principal motif de désagrément du consommateur (près de 30% des problèmes signalés à la DGCCRF). En ce qui concerne les seules enseignes de livraison de colis, les plaintes de consommateurs concernent principalement l'exécution de la prestation.

En effet, pour ce dernier cas, les consommateurs se plaignent d'une prestation mal réalisée (mauvaise exécution de la livraison), d'une livraison du bien souvent non faite ou livré dans un lieu non communiqué par le consommateur avant la livraison et surtout **beaucoup de retard**, et d'un **manque d'informations** par rapport à la livraison. Si le critère prix de la livraison apparaît comme le premier facteur d'influence en demande de logistique, un nouvel enjeu se dessine dans la façon de livrer le consommateur, en particulier en matière de lieu de livraison, de délai de livraison et de fiabilité de la livraison. (Source : DGCCRF, baromètre des réclamations, août 2014)

De plus, avec l'ère du numérique, les consommateurs sont de plus en plus en quête de rapidité et de simplicité. Il faut à tout prix leur faciliter la vie. C'est ainsi que se développe les objets connectés et **73% des Français pensent que les objets connectés peuvent favoriser le développement de services à la personne**.

De plus, avec l'ère du numérique, les consommateurs sont de plus en plus en quête de rapidité et de simplicité. Il faut à tout prix leur faciliter la vie. C'est ainsi que se développe les objets connectés et 73% des Français pensent que les objets connectés peuvent favoriser le développement de services à la personne.

Attentes :

- Intervention rapide
- Se Faire livrer là où il le souhaite
- Des délais courts
- Une fiabilité de la livraison

Besoins :

- Une proximité avec le facteur
- Plus de sécurité
- Gagner du temps
- Envoyer et recevoir des courriers-colis

Motivations :

- Plus de rapidité, pas de perte de temps
- Plus de simplicité
- L'utilisation de leur smartphone pour tout contrôler

Freins :

- Le prix de la livraison
- Le délai de livraison
- L'utilisation de données personnelles
- la multiplicité des applications

ANALYSE DES TENDANCES

La tendance « *The internet of caring things* » fait place aux objets connectés. Ces objets qui rendent service à distance et répondent à des besoins de sécurité, de santé, de gain de temps. En effet, les objets connectés peuvent servir de système de surveillance, d'amélioration de la santé, ils peuvent également aider à économiser de l'argent, à obtenir des corvées faites.

Il en existe aujourd'hui sous toute forme pour chaque utilité et ils se vendent par millions. C'est parce qu'ils facilitent la vie des consommateurs que ces objets connectés sont les bienvenues.

ANALYSE SWOT

Forces :

- Une des plus vieilles institutions financières de France
- Un fort réseau de points de contacts (17000)
- Valeurs de proximité, accessibilité et un esprit de service
- Contribution à la cohésion sociale
- Ouvert à l'innovation
- Des employés polyvalents (équipés aujourd'hui de smartphone)

Menaces :

- Des concurrents qui proposent des services de livraisons et courriers moins chers et moins longs.
- Perte d'emplois dans le secteur courriers-colis
- Hausse des prix des colis, timbres et emballages
- Evolution des moyens de communication

Faiblesses :

- Image vieillissante
- Client pas assez autonome dans les points de la Poste
- Baisse constante du chiffre d'affaires depuis 2008
- Moins de courriers à distribuer à cause de la montée des e-mails

Opportunités :

- L'automatisation des tâches
- Le marché des colis en hausse avec la présence des e-commerce
- Les objets connectés qui facilitent la vie Smart city

Concept Réalisé

DESCRIPTIF DU CONCEPT IMAGINE

Afin de résoudre le problème de la déficience financière, nous allons introduire un projet qui pourra être la solution de celle-ci. Pour cela, nous allons proposer de nouveaux services pour ainsi attirer la clientèle.

L'idée de ce projet serait la **création d'un portail** accessible à partir de son **smartphone**, ainsi qu'une **box** qui relierait plusieurs objets connectés.

Pourquoi une box ?

La box nous servira de connexion aidant à la gestion des autres appareils proposées tels que la **balance connectée**, la **smart key**, la **boîte aux lettres**. Elle serait la nouvelle box de La Poste qui communiquerait directement avec le Facteo et La Poste centrale de la ville.

Nous avons donc décidé de trouver un nom signifiant et différenciant des autres box du marché : La Pox (une contraction de « La Poste » et « Box »).

Pourquoi un portail ?

Le portail, quant à lui, comprendra toutes les autres applications de La Poste, accompagné des nouveaux services non liés aux objets connectés.

LES SERVICES

LES OBJETS CONNECTÉS

Cette partie servirait à la gestion complète des objets connectés. Les objets connectés sont très demandés de nos jours, ce qui est innovant avec ceci, c'est le fait de tout pouvoir faire sans avoir le besoin de se déplacer, à l'aide d'un smartphone par exemple.

Les nouveaux objets que nous proposons à inclure dans ce service sont la smart key, la balance connectée et la boîte à lettre connectée.

CARE SERVICE

Ce service est très utile pour les personnes à mobilité réduite tels que les personnes âgées, handicapées, ... En cas de besoin d'aide, ils pourraient lancer ce service pour leur porter secours.

NOTIFY

Ce service vous permet de recevoir via internet des notifications pour la présence de courrier dans la boîte à lettre sur votre smartphone et la box connectée. Ainsi nous vous n'avez plus besoin de vérifier chaque jour si vous avez reçu des courriers ou bien vous prévenir si une lettre recommandée vous attend.

COLLECT HOME

Actuellement, pour envoyer un colis, vous ne pouvez pas simplement le déposer dans la boîte postale. Avec ce service vous n'avez même plus le besoin d'aller jusqu'à cette boîte. Appuyez sur le service en question et un facteur viendra jusqu'à chez vous pour vous prendre le colis. Ainsi il vous déposera vos colis.

COLLECT RELAY

Ce service aborde le même principe que le service « Collect Home », la différence avec celui-ci c'est qu'il ne vient pas prendre un colis chez vous, mais va vous chercher un colis que vous avez reçu via un point de relais. Indiquez lui le point de relais que vous souhaitez, ainsi que la procuration sur le portail et votre colis sera chez vous.

REAL TIME

Le Real time, est un service très utile se servant du Facteo du facteur en tant que traqueur GPS, qui sera activé afin de vous mettre au courant de la position exacte de votre facteur qui vient vous livrer votre colis.

RECLAM

Ce service a été mis en place suite à beaucoup de plaintes connues sur Laposte. Pour y remédier ce service vous propose de mettre une plainte qui sera directement envoyée à Laposte centrale qui traitera votre plainte dans la journée.

SMART KEY ET LA BOÎTE À LETTRE CONNECTÉE

Ces deux objets bien que ce soient des objets connectés, ils disposent de leur propre service. La boîte à lettre reliée au service Notify, pour indiquer comme dit la présence de courrier.

Quant à la smart key dont nous parlons depuis le début, elle sert à indiquer au facteur votre présence chez vous. Ainsi le facteur sera quand déposer vos colis et vos lettres recommandées. Ce service fait à l'aide d'un porte-clé connecté.

ANDROID OS
LAPOX
Application Laposte

Objets Connectés

–

Aide au Personne à mobilité réduite

–

Vérification de présence au domicile avec la Smart Key

–

Vérification de présence du courrier monitoring en temps réel du facteur

–

Collecte de colis à domicile

–

Collecte de colis au point relais

–

Réclamation

LES OBJECTS CONNECTES



L'APPLICATION



IDENTIFIANT



MON PROFIL



SERVICE DEMANDE D'AIDE



SERVICE RÉCLAMATION



CONTACTER



SERVICE MONITORING





12:46

EDENTIFIANT :



Service
demande d'aide



Service
Réclamation

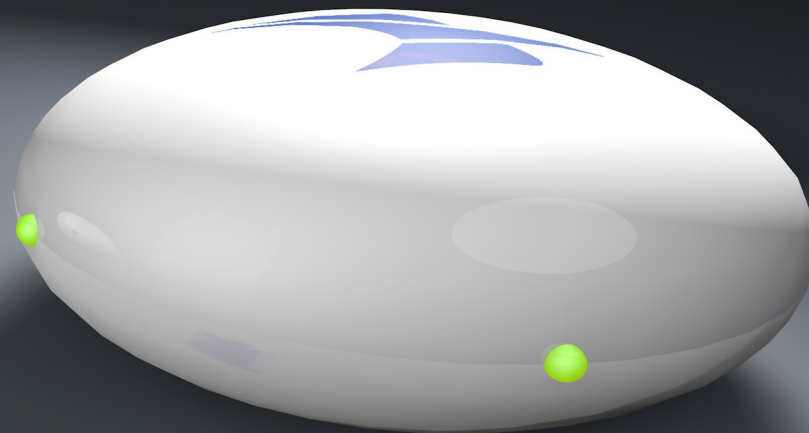
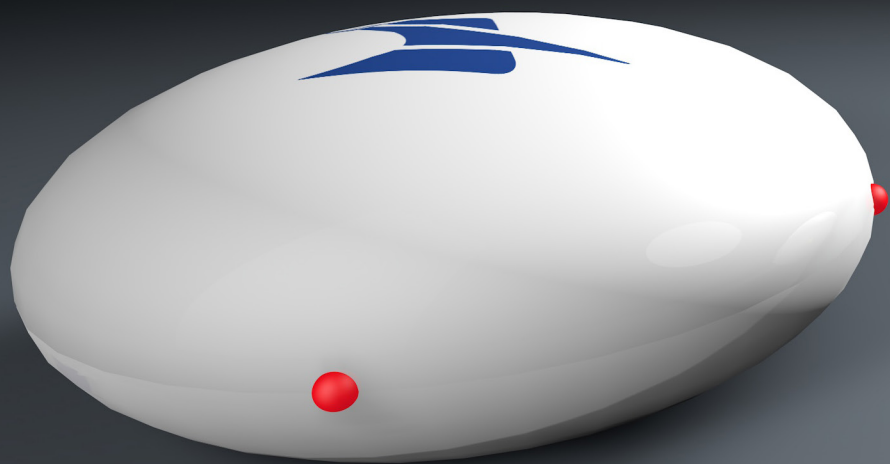


Contacter



Service de
monitoring

LA POX



AFFICHE



The advertisement features a central graphic with the word **LAPOX** in white on a dark blue square. Surrounding this central square are several smaller blue squares, each containing a service name in white text: **Real time**, **Notify**, **Collect Relay**, **Reclam**, **Care Service**, **Collect Home**, **Objets connectés**, and **Smart key Boîtte au lettre connecté**. The background of the poster shows a modern kitchen interior with white cabinets and a countertop. At the bottom of the poster, the text **LA POSTE AT HOME, MAKE IT SIMPLE.** is displayed next to the **LAPOX** logo, which consists of a stylized blue bird icon.

Real time

Notify

Collect Relay

Reclam

LAPOX

Care Service

Objets connectés

Collect Home

Smart key
Boîtte au lettre
connecté

LA POSTE AT HOME, MAKE IT SIMPLE. LAPOX

Positionnement détaillé de la solution

POSITIONNEMENT DE LA POX

Notre concept se base sur les attentes des consommateurs, du public universel que nous ciblons. Nous avons analysé leurs plaintes principales pour leur offrir les meilleurs des services. Rapidité, simplicité et proximité sont les 3 mots d'ordres dont nous nous sommes inspirés pour notre projet.

Par rapport à la concurrence, nous offrons plus de services liés au courriers-colis et à la personne. Nous surfons sur une tendance « Deliver more than the goods », offrir plus que de la livraison, là où les concurrents se contentent de livrer le colis rapidement seulement.

Notre concept utilise la nouvelle technologie via les objets connectés, et surtout surfe sur plusieurs tendances. C'est de l'innovation et c'est exactement ce dont a besoin La Poste.

Vis-à-vis des publics ciblés, notre concept « La Pox » répond à chacune de leurs attentes. Tout d'abord, le problème de la rapidité des livraisons de La Poste concernant les courriers-colis ne se pose plus : le client doit seulement indiquer au facteur via l'application s'il est à son domicile ou si le facteur doit récupérer le colis dans un point relais. De plus, le client gagne du temps en ne consultant sa boîte aux lettres que lorsque celle-ci est en effet remplie de courriers.

Ensuite, la vie des clients devient plus simple : ils n'ont plus besoin de se déplacer pour effectuer leurs démarches au bureau de Poste pour envoyer un colis, le client doit seulement peser de chez lui, imprimer le timbre ou, s'il n'a pas d'imprimante, fournir l'argent du timbre au facteur, enfin un simple « clique » pour indiquer qu'un colis est à récupérer au domicile et le colis part entre de bonnes mains. Pour les personnes à mobilité réduite, en cas de nécessité, plus besoin de se déplacer, le facteur est là pour les aider : rapporter de l'eau en cas de canicule, ou de marchandises commandées chez un professionnel.

La proximité avec le facteur est alors créée, nous seulement vis-à-vis des personnes âgées mais également des autres membres de la population à savoir les actifs, les jeunes et les familles (parents et enfants) qui auront l'opportunité de connaître leur facteur lorsqu'ils auront besoin de son aide pour des tâches.

Voici alors le nouveau positionnement de La Poste concernant notre projet « La Pox » :

« Pour les hommes et femmes de tout âge, en quête de rapidité, simplicité et proximité avec leur facteur, La Pox est le service le plus à l'écoute de vos attentes, qui vous facilitera la vie car il offre des services d'aide à la personne, de livraison personnalisée et de collecte contrairement aux concurrents tels que Amazon, DHL, Courrier Plus. »

REPONSE TECHNIQUE DETAILLEE

Pour répondre aux besoins de La Pox nous allons développer une **application mobile** adaptable sur la majorité des appareils du quotidien ainsi qu'un **portail web** pour une utilisation plus adaptée aux ordinateurs.

Pour ce faire, il nous faudra tout d'abord réaliser le portail web à l'aide de différents langages :

- PHP5
- HTML5/CSS3
- JavaScript

Par la suite afin que l'application supporte les différents supports mobiles il nous faudra utiliser :

- C# pour le Windows Phone
- Objectif C pour IOS
- Java pour AndroidOS

Afin de faciliter la gestion de dossiers des clients, les informations des utilisateurs seront stockées sur un serveur BIGDATA.

STRATEGIE DE COMMUNICATION PREVISIONNELLE

L'objectif principal de notre communication est autour de notre concept « **La Pox** » est de la faire connaître auprès des Français, de les informer du nouveau concept de La Poste pour leur faciliter la vie.

Pour cela, nos partis pris stratégiques pour la communication de « La Pox » se basent sur **la cible de communication, l'axe de communication, la forme du message, le mode relationnel et la tonalité.**

UNE CIBLE UNIVERSELLE : DU JEUNE ETUDIANT A LA PERSONNE AGEE

« La Pox » est destiné à servir les CSP+, hommes et femmes dans la France entière : aussi bien les jeunes de 18-25 ans que les plus âgés, en passant par les familles et en aidant les actifs.

Plus la cible est large plus nous avons de chance de toucher plus de monde.
La cible jeune contribuera au bouche à oreille envers leurs parents (actifs de 25-45 ans), qui eux entraineront les grands-parents dans l'aventure.

UTILISER LES INSIGHTS DES CONSOMMATEURS PLAIGNANTS ENVERS LA POSTE

Le nouveau concept de La Poste propose des services qui répondent aux besoins des clients, besoins et attentes qu'ils ont exprimés en se plaignant sur internet. Utiliser les insights des clients plaignants est le meilleur moyen de laisser notre cible s'identifier au concept.

Cela va attirer les clients et les rassurer sur le nouveau fonctionnement de « La Poste », cela reviendrait à transmettre un message tel que « Nous vous avons entendu et compris ».

CREER DE LA COMPLICITÉ ET SUSCITER LA CONFIANCE DES CLIENTS LA POSTE

Le but est de recréer la confiance en vers les services de La Poste. La cible plus âgée se sentira plus rassurée de savoir que le facteur sera toujours là pour elle, pour l'aider et l'accompagner. La complicité qu'elle a déjà avec le facteur sera davantage multipliée.

La cible « actifs » et « jeunes » redécouvrira La Poste et la mise en avant de l'innovation La POX les mettra directement en confiance.

MERCI
DE VOTRE ATTENTION