

Traitement des NPAI

1 Quelques éléments

Coût moyen d'un NPAI : 1 Euro pour le coût du courrier (production, enveloppe, affranchissement).

Mais un NPAI induit d'autres coûts masqués, entre-autres :

- § Un courrier qui n'arrive pas, c'est un prospect perdu.
- § Un NPAI peut se transformer en doublon, lorsqu'un destinataire a changé d'adresse sans le signaler, et redevient un prospect sur sa nouvelle adresse.
- § Un NPAI engendre des coûts de traitement de retour.

2 La chaîne de l'adresse

Il convient tout d'abord d'apporter un soin particulier pour obtenir une saisie correcte de l'adresse, Un bon formulaire de saisie permettra de correctement positionner les éléments constitutifs de l'adresse, et de faciliter toute opération de publipostage.

Un point tout aussi important à surveiller est la structure de la base de données qui accueille l'adresse. Elle doit comporter un nombre de champs suffisant, et surtout de la bonne taille. En effet, une taille de champ insuffisante incitera un opérateur à vouloir saisir tous les éléments de l'adresse, en trouvant de la place là où l'élément pourra entrer, mais au mauvais endroit..

Une fois une base client constituée avec ses adresses, plusieurs traitements sont possibles pour en améliorer la qualité :

- § Restructuration
Ce traitement permet de repositionner les éléments de l'adresse aux bons endroits.
- § Normalisation
Permet de vérifier que l'adresse respecte bien les normes de la poste, en termes de longueur, de nombre de lignes, etc.
- § Validation
Permet de vérifier que l'adresse existe bien.

3 L'écriture de l'adresse, grands principes.

Une adresse comporte six lignes de 38 caractères maximum. Chacune possède sa fonction :

- § Ligne 1
 - La civilité, le titre, le prénom et le nom, raison sociale ou dénomination commerciale.
- § Ligne 2
 - Appartement, boîte à lettre, escalier, étage, identité du destinataire si le courrier est adressé à une entreprise
- § Ligne 3
 - Entrée, tour, immeuble, bâtiment, résidence.
- § Ligne 4
 - Numéro, complément de numéro dans la voie, nom de la voie.
- § Ligne 5
 - Lieu-dit, boîte postale, mentions spéciales de distribution (commune géographique en cas de cedex)
- § Ligne 6
 - Code postal, commune / code cedex et bureau distributeur cedex.

Tous les éléments sont alignés à gauche.

Pour les lignes 4 à 6, aucun signe de ponctuation ou mise en forme particulière. Ecriture en capitales.

4 Mieux traiter les NPAI

Tout d'abord, il convient de se faciliter la tâche de traitement. Nous avons vu dans ce qui précède les quelques grands principes fondamentaux à respecter pour un bon adressage.

Mais l'identification de NPAI et leur traitement induit de mettre en place d'autres grands principes.

Il convient en premier lieu de mettre en place un système d'identification stable dans le temps des prospects de votre base de données. La dénomination la plus courante est le numéro de client. Celui-ci a pour vocation d'identifier à coup sûr un enregistrement de votre base de données.

Cet identifiant permet par exemple le rattachement à d'autres fichiers, tels le suivi des retours, la facturation, le suivi des commandes, etc.

Cet identifiant en place, il va s'agir maintenant de pouvoir l'utiliser à des fins d'identification rapide lors de traitement des retours NPAI.

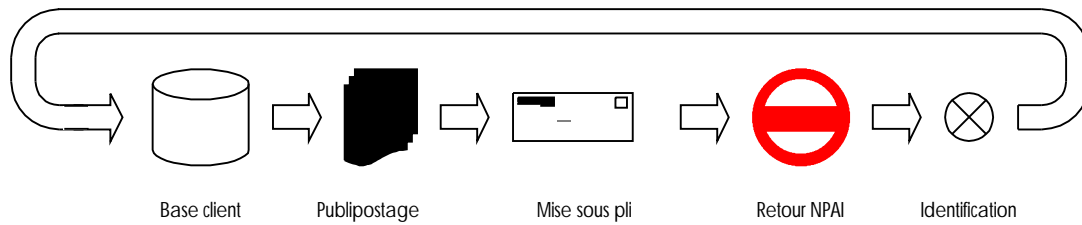
La méthode la plus simple est de faire figurer ce numéro dans le pavé adresse, mais sans pour autant gêner l'adressage du courrier. Pour cela, il convient d'utiliser une représentation sous forme de code-barre, qui sera positionné en haut à droite du pavé adresse, légèrement au-dessus de la ligne 1.

Exemple :

123456
GeoFactory Thierry TAUPIN 71 RUE DE LONGWY 57650 FONTOY

Ainsi, le code-barre reste visible dans la fenêtre d'une enveloppe, et permet une reconnaissance facile lors d'un retour de courrier ou de coupon-réponse, à l'aide d'une « douchette ».

Dès lors, nous pouvons symboliser la chaîne de traitement des NPAI de la façon suivante :



Dès qu'un NPAI est identifié, le repérage dans la base de données client se fait par simple lecture du code-barre figurant dans le pavé adresse. Dès lors, un traitement de recherche ou de mise à jour peut être déclenché.

Conseils complémentaires :

Lors d'une campagne de publipostage, l'échelonnement des retours NPAI peut s'étaler sur plusieurs semaines. La fréquence de traitement se fera en adéquation avec l'objet de la campagne.

S'il s'agit d'une promotion figée dans le temps avec un délai limite de réponse, ou d'une campagne relayée par un réseau de distribution, seuls les premiers retours pourront faire l'objet d'un renvoi de mailing après traitement de correction.

Mais dans tous les cas, l'ensemble des NPAI devra être traité.

Attention toutefois ; traitement des NPAI ne veut pas forcément dire élimination !

Il est préférable d'instaurer un système de compteur NPAI. Auquel cas, l'élimination de mauvaises adresses se fera lors de plusieurs retours consécutifs (le compteur étant remis à zéro si pour un envoi ultérieur à la première détection NPAI, le courrier est arrivé à destination).