



## Chapitre 11 : Les transformations numériques, vecteur d'amélioration de la relation avec les clients et les usagers ?

### Corrigé étude de cas : Le groupe La Poste

La Poste, groupe détenu par la Caisse des dépôts et consignations et l'État français, est historiquement un opérateur de services postaux.

Depuis quelques années, on assiste à une diversification des activités du groupe : livraison de colis, banque, assurance, téléphonie mobile, services numériques. Le groupe La Poste est devenu une société anonyme à capitaux publics le 1er mars 2010.



A l'aide des documents répondez aux questions suivants :

#### 1. Caractérissez l'organisation La Poste.

<b>Raison sociale</b>	La Poste
<b>Statut juridique</b>	Société Anonyme à capitaux publics
<b>Type d'organisation</b>	Entreprise
<b>Activité</b>	Opérateur de services postaux, livraison de colis, banque et assurance, téléphonie mobile, services numériques, services à la personne
<b>Finalités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Économique : la Poste cherche à réaliser des profits pour assurer sa pérennité en trouvant de nouveaux relais de croissance car l'activité courrier est en chute.</li> <li>– Sociétale : livraison du courrier sur tout le territoire national</li> <li>– Sociale : formation des salariés au numérique pour qu'ils puissent rester opérationnels et conserver leur emploi durant la transformation numérique du groupe</li> </ul>
<b>But</b>	Lucratif
<b>Répartition du pouvoir</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Actionnaires : État français et Caisse des dépôts et consignation</li> <li>– PDG : Philippe WAHL</li> </ul>
<b>Taille</b>	Grande entreprise
<b>Ressources humaines</b>	PDG Philippe WAHL, facteurs, agents au guichet, etc.
<b>Ressources financières</b>	Pas d'information
<b>Ressources matérielles</b>	Dépôts, bureaux de poste
<b>Ressources immatérielles</b>	Image et notoriété, savoir-faire, outils numériques comme le hub numérique.
<b>Champ d'action géographique</b>	National

## **2. Identifiez le problème rencontré par La Poste ces dernières années.**

Le problème rencontré par La Poste ces dernières années est la chute de l'activité courrier. Elle représentait 71 % des revenus du groupe en 1991 contre 28 % en 2018 et, sans doute, 20 % fin 2020. Les volumes d'envoi ont encore reculé de 7,3 % en 2018, car les particuliers et les entreprises privilégient les outils numériques (SMS, e-mail...) pour communiquer.

## **3. Présentez la solution managériale déployée par La Poste pour pallier ce problème.**

Le groupe La Poste lance sa transformation numérique pour pallier ce problème. Il a ainsi :

- Formé 253 000 de ses collaborateurs à l'utilisation des outils digitaux
- Mise en place une politique d'innovation active
- Développé des infrastructures techniques comme le hub numérique (application dont le rôle est de piloter depuis un seul endroit la plupart des objets connectés que possède l'utilisateur).

## **4. Montrez les intérêts d'une telle solution.**

La transformation numérique de La Poste lui permet de trouver de nouveaux relais de croissance (activités nouvelles) permettant de combler le manque à gagner sur l'activité courrier. Elle permet à La Poste d'évoluer en suivant les opportunités technologiques que lui offre l'environnement.

Aussi, le numérique permet à La Poste de recueillir de nombreuses données sur ses clients pour leur proposer des offres adaptées et les satisfaire.

Enfin, le numérique permet à La Poste de multiplier les occasions de contact avec ses clients pour tisser des relations de proximité et de confiance avec eux.

## **5. Montrez la limite de cette solution et expliquez comment La Poste y répond.**

Le recueil de données à caractère personnel est réglementé et les individus sont réticents quant au recueil et à l'utilisation de leurs données personnelles. La Poste cherche à gagner leur confiance avec notamment la mise en place d'une Charte Data en 2016 et le Serment des postiers qui impose de respecter la confidentialité des correspondances numériques de ses clients.

