

Voir grand



**Définissez votre
raison d'être**

**Finalistes du concours
*Les belles histoires de
petites entreprises***

Où en est votre
entreprise?

En vedette :
santé mentale
et bien-être



SOLUTIONS POUR PETITES ENTREPRISES
**Édition
d'automne**
2022

« Il n’y a pas de ligne d’arrivée. Il n’y a que de nouveaux jalons. »

Michael Ventura

Romancier, essayiste et critique culturel



Porteurs d'un Canada plus fort

La raison d'être à l'ère de la transformation

S'il y a une chose que nous avons apprise au cours des deux dernières années, c'est comment s'adapter.

Alors que le Canada émerge dans un contexte en constante évolution, nous sommes fiers de contribuer à faire avancer notre nation.

Notre engagement renouvelé envers les petites entreprises

La contribution de votre petite entreprise aux collectivités de partout au pays est inestimable. C'est pourquoi nous sommes là pour vous. Nous continuons d'élargir nos programmes de soutien aux petites entreprises, comme notre concours *Les Belles histoires de petites entreprises* et la promo annuelle *Mardis d'expédition gratuite*. Au cours des prochains mois, vous verrez de nouveaux services, des produits et du soutien qui répondent à vos besoins en évolution.

En plus de ce que nous faisons pour mieux servir les entreprises canadiennes, nous pensons à l'importance de toutes nos actions. Un Canada plus vert est un objectif commun et nous investissons pour devenir un chef

de file en matière de livraison durable. Aussi, comme vous, nous façonnons et créons un milieu de travail diversifié et inclusif, où toutes les voix ont leur place et sont entendues.

Notre plan vise à nous assurer que la population canadienne puisse continuer de faire confiance à Postes Canada et à compter sur nous. Et comme votre entreprise continue d'évoluer, nous en ferons tout autant pour vous accompagner à chaque étape de votre croissance.

Doug Ettinger
Président-directeur général



Où en est votre entreprise?

Les petites entreprises sont toutes différentes. Elles varient en taille, en potentiel de croissance et selon les aspirations de leurs propriétaires. Nous vous présentons cinq des parcours de petites entreprises les plus courants.

Vous ne savez pas où en est votre entreprise dans son cheminement? Répondez à notre questionnaire rapide à postescanada.ca/voirgrand.



Un nouveau départ

Que ce soit votre deuxième (ou troisième!) carrière ou que vous sortiez tout juste de l'école, votre esprit entrepreneurial est bien présent. Mais vous ne savez peut-être pas tout ce qu'il y a à savoir. Votre objectif est de maîtriser les bases de la gestion de votre propre entreprise, y compris le rôle d'un plan d'affaires et les ramifications fiscales.



En quête de stabilité

Votre petite entreprise a déjà réussi à surmonter quelques ralentissements et vous en tirez une grande fierté. Alors que la pandémie s'essouffle, vous cherchez des moyens d'assurer une reprise rapide et de protéger votre entreprise durablement établie.



Se préparer à exceller

Vous avez commencé petit, mais les choses prennent de l'ampleur, que vous le vouliez ou non! Vous devez maintenant faire évoluer votre entreprise en renforçant ses capacités et son potentiel. Vous consultez probablement des mentors et des experts du secteur qui ont l'expérience que vous n'avez peut-être pas.



Se réinventer

Que votre motivation soit alimentée par l'ingéniosité ou le dynamisme du marché, vous devez sans cesse vous réinventer dans l'univers du cybercommerce. Votre plan d'affaires pré-COVID a besoin d'une révision complète. Mais comme tout le reste, c'est une autre occasion de faire ce que vous faites le mieux.



Un revenu d'appoint

Vous faites partie d'un phénomène en croissance. Le « sideline » ou revenu d'appoint peut vous aider à payer le loyer ou à partager une passion qui pourrait se transformer en véritable entreprise. Une chose est sûre : cela signifie que les semaines – et les week-ends – seront bien remplis.

Répondez à notre questionnaire rapide à postescanada.ca/voirgrand.

Gagnant Les belles histoires de petites entreprises

Chaque petite entreprise a une histoire à raconter.

Le concours *Les Belles histoires de petites entreprises* a été créé en 2020 par Postes Canada pour célébrer la résilience des petites entreprises d'ici.

Il a connu un tel succès que nous l'avons reconduit pour une deuxième année. Voici quelques finalistes qui ont revu – et même réinventé – leurs stratégies pour prospérer.

Nous espérons que leurs histoires vous inspireront à préparer votre entreprise pour l'avenir.



Pour en savoir plus, visitez
[postescanada.ca/
magazinePME](https://postescanada.ca/magazinePME).

Bliss Skateboard Shop

Windsor, Ontario
skatebliss.ca



Solidarité et entraide

L'équilibre gagnant de Bliss Skateboard Shop : réussir en redonnant à la collectivité

Lauréate de la catégorie Solidarité et entraide du concours *Les belles histoires de petites entreprises* de 2021, Sasha Senior a commencé à faire de la planche à roulettes à 13 ans pour se faire des amis. Cette activité s'est rapidement transformée en passion et a mené à la création d'une petite entreprise prospère et d'une façon originale de redonner à la collectivité.

Cybercommerce : une histoire de réussite

À Windsor en 2020, Sasha Senior, alors âgée de 31 ans et mère de deux enfants, ouvre Bliss Skateboard Shop. Le plan initial était d'ouvrir une boutique physique. Cependant, la boutique a ouvert ses portes le 20 mars 2020, au tout début de la pandémie. La stratégie commerciale a donc dû être revue du tout au tout.

« Nous avons été dans l'obligation de fermer le magasin dès le lendemain de son ouverture. J'ai dû trouver une façon d'afficher tous mes produits sur le site pour les vendre... en ligne! »

Et ça a fonctionné.

Outre son site skatebliss.ca (en anglais seulement), l'entrepreneure a mis à profit Instagram et Facebook pour faire connaître son entreprise. La petite boutique a obtenu la reconnaissance et le soutien de marques canadiennes de planches à roulettes et a attiré l'attention aux États-Unis et dans les Caraïbes.

Une petite entreprise qui redonne à la collectivité

Bliss Skateboard Shop, c'est plus qu'une simple entreprise, c'est un carrefour communautaire. En plus de diriger deux programmes qui permettent aux enfants de la région de découvrir la planche à roulettes.

Dans le cadre du programme Build a Board, elle récupère des pièces inutilisées pour fabriquer de nouvelles planches à roulettes qu'elle donne ensuite à des enfants qui ne pourraient pas s'en offrir une.

De plus, madame Senior amasse des fonds dans sa communauté, par l'entremise de l'initiative Boards in the Hood, pour acheter des planches à roulettes neuves qui seront distribuées aux collectivités mal desservies. Elle a déjà donné 30 planches et est sur le point d'en envoyer 10 autres à la Première Nation Walpole Island.

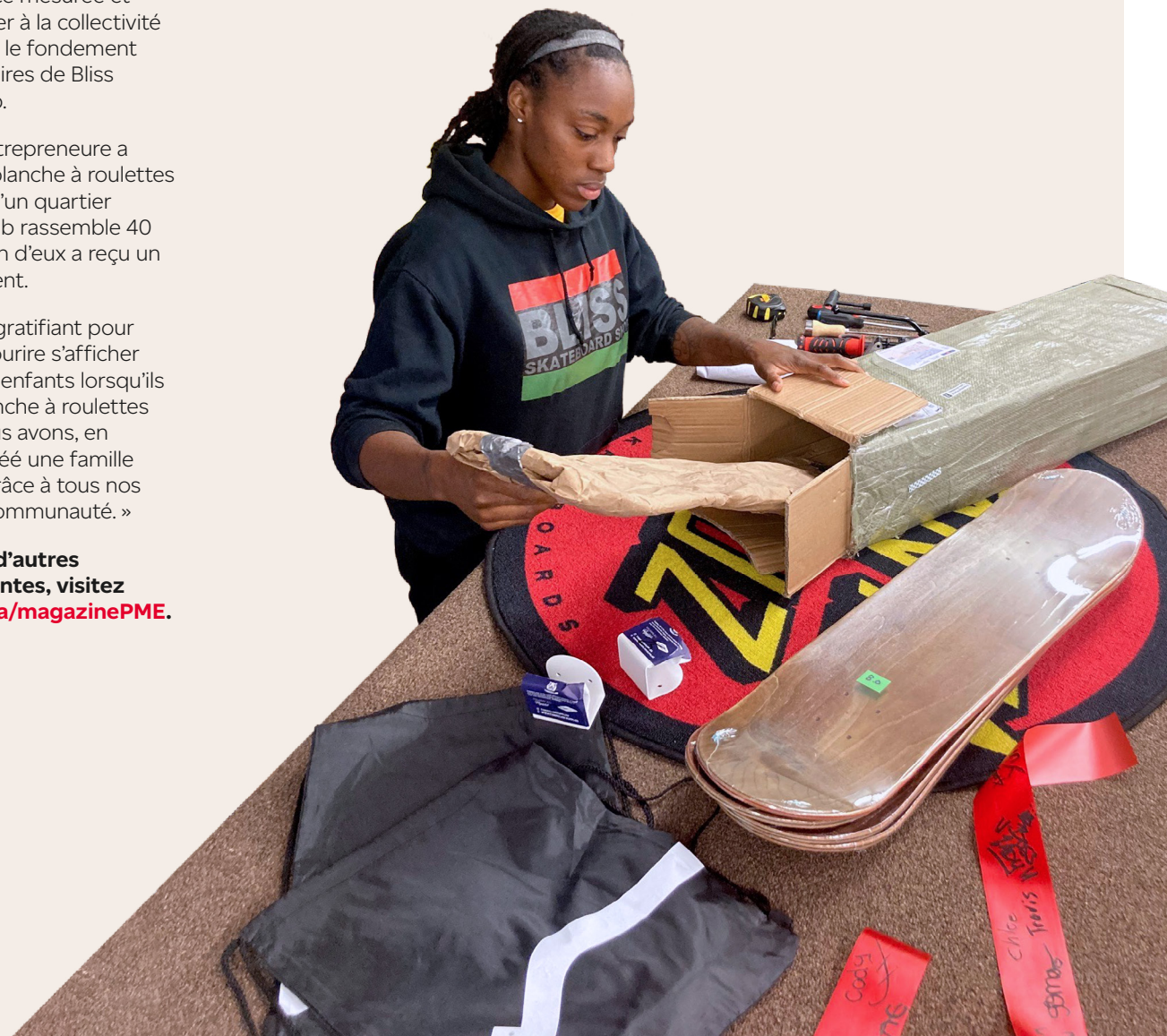
Croissance durable et engagement communautaire

Sasha ouvre un deuxième magasin à environ 45 minutes de son emplacement actuel et mise sur une croissance mesurée et durable. Redonner à la collectivité continuera d'être le fondement du modèle d'affaires de Bliss Skateboard Shop.

Cette année, l'entrepreneure a créé un club de planche à roulettes pour les jeunes d'un quartier défavorisé. Le club rassemble 40 enfants et chacun d'eux a reçu un nouvel équipement.

« Cela a été très gratifiant pour moi de voir un sourire s'afficher sur le visage des enfants lorsqu'ils ont reçu une planche à roulettes toute neuve. Nous avons, en quelque sorte, créé une famille de planchistes grâce à tous nos projets dans la communauté. »

Pour découvrir d'autres histoires inspirantes, visitez postescanada.ca/magazinePME.



Livrez votre message dans les mains de la bonne clientèle

La proximité du publipostage est idéale dans le contexte actuel.

Tout ce qui est traditionnel redevient au goût du jour. Les entreprises redécouvrent le pouvoir du publipostage, même si elles continuent d'investir dans le numérique et les médias sociaux. Pourquoi?

Sa combinaison unique de physicalité, de pertinence et de ciblage précis le rend irrésistible aux yeux de la clientèle :

4,4 %

Le taux de réponse du publipostage contre 0,12 % pour l'infolettre*

88 %

des gens visiteront un commerce ou un site Web après avoir reçu un article de publipostage**

60 %

des Canadiens, toutes générations confondues, aiment recevoir des coupons**

Voulez-vous lancer une campagne de publipostage? C'est facile!

Faites-le vous-même avec Médiaposte clic[™]

Un outil en ligne simple pour créer des campagnes combinées de publipostage et de bandeaux numériques, quel que soit votre budget.

1. Ciblez

Dénichez et ciblez les quartiers les plus prometteurs au moyen de notre outil « pointer et cliquer ».

2. Créez

Choisissez un format de carte postale ou de dépliant, puis furetez parmi le millier de gabarits GRATUITS que nous vous proposons. Vous pouvez également télécharger votre propre maquette ou demander l'aide d'un graphiste professionnel.

3. Lancez

Passez votre commande en ligne et relaxez. Nous nous occuperons de tout, même de l'impression. Nous préparerons et livrerons vos envois.

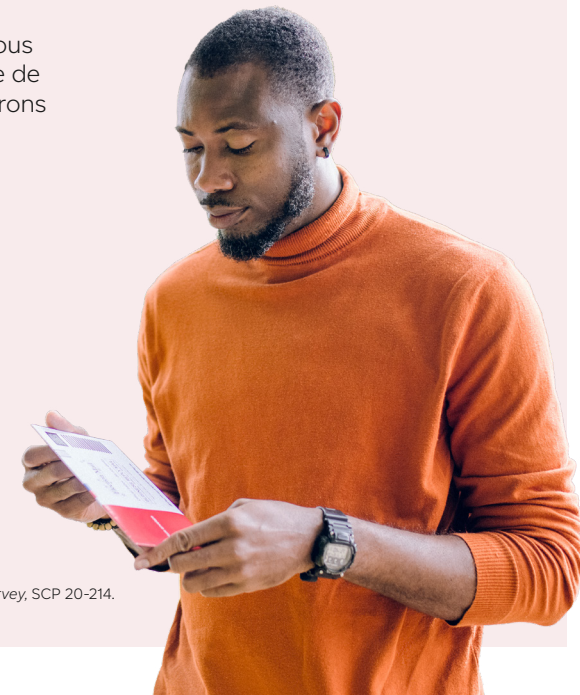
Les partenaires Marketing Intelligeste de Postes Canada[™] vous offrent une solution clé en main

Nos partenaires peuvent vous aider à créer, à gérer, à cibler et à lancer votre campagne de publipostage.

Tirez parti de leur expérience pour cibler votre clientèle actuelle et potentielle, créer des publicités postales efficaces, économiser sur les frais d'affranchissement, et faciliter l'impression et l'envoi de vos articles.

Le publipostage est tangible, ciblé, efficace et universel. Il peut constituer l'avantage concurrentiel que vous recherchez.

Pour connaître les nouvelles tendances du publipostage, visitez postescanada.ca/magazinePME.



* Direct Marketing Association (DMA)

** Postes Canada et Phase5. Fall Omni Survey, SCP 20-214.

Un pas de plus vers la réconciliation

L'un des défis auxquels sont confrontées les personnes qui vivent dans les communautés autochtones, rurales et nordiques est de rester connectées avec le reste du Canada.

La nouvelle raison d'être de Postes Canada, Porteurs d'un Canada plus fort, réitère notre engagement à servir les gens, les petites entreprises et les communautés partout au pays. Nous sommes là où vous êtes et nous sommes là pour vous.

L'ouverture d'un carrefour communautaire à Membertou au Cap-Breton en est la preuve. Il offrira un large éventail de services qui, autrement, ne seraient peut-être pas accessibles dans la région.

Les personnes et les petites entreprises peuvent aller y chercher courrier et colis, accéder à de nouveaux services financiers, recharger leurs véhicules électriques et profiter d'un dépôt et d'un retrait sécurisés des colis 24 heures sur 24. Des salles de réunion peuvent aussi être louées à l'heure.

Refléter les caractéristiques uniques de la communauté

Les éléments de conception ont été choisis en consultation avec les dirigeants autochtones locaux. L'affichage est en micmac, en français et en anglais, et l'espace présente des œuvres d'art issues de la communauté.

Selon Jeffery Ward, directeur général du Membertou Heritage Park situé à proximité, le nouvel établissement est le reflet de la communauté. « Le carrefour est rempli de photos du parc, ainsi qu'une grande représentation d'un timbre du chef Membertou et de reproductions d'œuvres d'art de feu Dozay Christmas. »

Mais, comme Jeff sera le premier à vous le dire, il y a aussi une signification plus profonde reflétée dans l'ouverture du carrefour.

« La réconciliation n'est pas un slogan »

Selon Jeff, « nous ne pouvons pas parvenir à la réconciliation sans connaître la vérité, c'est pourquoi cette initiative est si



Implication dans la communauté/engagement des employés



importante. La réconciliation n'est pas un slogan; elle doit être accompagnée de mesures concrètes. Les gens doivent connaître la vérité pour se réconcilier ».

Le partage de la vérité est l'objectif principal du parc que Jeff gère depuis plus de dix ans. « Nous demandons aux gens de célébrer le patrimoine et la culture unique des Premières Nations de notre région. Il y a tant de sagesse et tant de vérité à partager avec tous, y compris avec notre propre peuple. »

Le carrefour communautaire offre également des possibilités de carrière aux gens de la région. « Ce que j'aime, c'est que des membres de notre communauté travaillent au bureau de poste. Ma cousine, une ancienne employée du parc, y travaille! », confie Jeff.

Maureen MacDonald, la cousine de Jeff, et Mariah Joe ont été les deux premières employées du carrefour communautaire.

« Les artistes locaux qui vendent leurs créations artisanales et leurs œuvres profitent pleinement de ce carrefour », explique Maureen.

Mariah ajoute : « Il y a un réel engouement dans la communauté. Rien qu'en travaillant ici et en aidant les gens, nous reprenons contact avec des personnes que nous n'avions pas vues depuis des années ».

Pour plus d'information sur les carrefours communautaires, visitez postescanada.ca/magazinePME.

Découvrez la Première Nation Mi'kmaq de Membertou à membertouheritagepark.com.

Postes Canada, un superhéros pour la boutique The Comic Jock

Lorsque Brian Gaudet a subi un accident du travail en 2017, on lui a dit que sa carrière de ferblantier était terminée.

Un obstacle majeur pour la plupart des gens, mais Brian y a vu l'occasion de se consacrer à une passion de longue date : les bandes dessinées, les souvenirs de sport et de cinéma, et autres objets de collection. La boutique The Comic Jock est née peu après.

Après des débuts modestes avec un inventaire limité sur des places de marché comme eBay, Brian a lancé thecomicjock.com, puis a ouvert une boutique près de chez lui à Whitby, en Ontario. Que vous soyez à la recherche d'une carte recrue de LeBron James en parfaite condition ou d'un numéro rare de la bande dessinée The Amazing Spider-Man, Brian a tout ce qu'il vous faut.

Actuellement, la base croissante de fans de Comic Jock se trouve dans tout le Canada et les États-Unis, alors l'expédition fiable et économique est une priorité. Depuis le premier jour, Brian utilise exclusivement les services de Postes Canada pour livrer sa précieuse marchandise aux collectionneurs.

« Je visite souvent mon bureau de poste. Les gens qui y travaillent sont très serviables et je n'ai jamais été déçu par les services d'expédition. Comme certains des articles que je vends ont une grande valeur, j'utilise beaucoup la fonction de suivi. »

Biljana Angelovska, préposée au comptoir de vente au détail de Postes Canada, a aidé Brian pour ses expéditions presque depuis le début.

Brian se souvient d'une de ses premières visites. « Je suis arrivé une fois avec un colis qui était très mal emballé. Biljana a pris le temps de tout réemballer correctement. Ce genre de petites choses m'aident énormément et comptent beaucoup pour moi. »

Biljana a toujours hâte de voir Brian. « C'est un client formidable qui nous fait confiance pour lui recommander les bons services. Nous ne voulons jamais le décevoir! »

Les propriétaires de petites entreprises constituent une clientèle importante au point de service de Biljana. « Notre équipe adore travailler avec les petites entreprises pour les aider à économiser sur les frais d'expédition ou les conseiller sur le bon produit. C'est très valorisant pour nous! »

Pour ce qui est de Comic Jock, Brian a récemment augmenté la superficie de son magasin et il a l'intention de poursuivre son expansion. S'il s'agit d'expédition, il continuera de faire appel à Postes Canada. « Le service est exceptionnel et j'aime l'idée d'opter pour un service qui a fait ses preuves au pays et qui est assurément canadien. »



alder apparel : au-delà des apparences

De la création d'une entreprise imaginée sur la table de la cuisine à un leader dans le domaine des vêtements de plein air, alder est un exemple classique de réussite canadienne.

Le fondement de la réputation grandissante de la marque? Les fondatrices Naomi Blackman et Mikayla Wujec tissent leurs valeurs personnelles et leurs convictions dans chaque couture de leurs vêtements.

Fondée en 2019, alder propose une gamme de tailles inclusives, soutenues par un design inspiré par la communauté et une production durable et éthique.

« Nous pensons que les loisirs de plein air doivent être axés sur le plaisir, et non exclusivement sur la performance », explique Naomi, qui était auparavant responsable du marketing pour de grandes marques de mode canadiennes. « Le plein air devrait être accessible à tous, quelles que soient les capacités de chacun... ou sa taille, d'ailleurs. »

Mikayla, ancienne exploratrice de National Geographic, parle d'expérience personnelle. « Dans toutes mes expéditions de recherche, j'avais un vrai problème avec les vêtements de plein air pour femmes. Ils étaient toujours très peu flatteurs. La fonction prime vraiment sur la forme. Nous fabriquons des vêtements pour que vous puissiez aller dehors, vous amuser et vous salir. »

« Nous voulons être le leader en matière d'inclusivité, de diversité et de durabilité. »

Alors que de nombreux propriétaires d'entreprise hésitent à faire connaître leurs valeurs personnelles, Mikayla et Naomi mettent les leurs au premier plan.

En fait, chaque aspect de leur entreprise, comme la conception des tissus, la transparence et les nouvelles embauches sont inspirées par leur passion commune pour l'inclusion, la diversité et la durabilité.

Un programme de fidélité unique

Toute la clientèle d'alder est invitée à rejoindre The Recreators Club, un programme de fidélité qui fait passer les récompenses et l'engagement à un tout autre niveau.

« Notre communauté du Recreators Club nous aide à concevoir nos vêtements par le biais de sondages et de groupes de discussion », explique Mikayla. « De plus, nous avons demandé à notre communauté quels types de programmes et d'organisations elle souhaitait que nous soutenions par le biais du fond alder. »

Reflétant les valeurs des fondatrices, le fond alder soutient des organisations axées sur la jeunesse, des programmes gérés par des femmes et des organisations pilotées par des Autochtones.

Le succès d'alder est un exemple pour les entreprises guidées par leur raison d'être

« La clientèle est attirée par alder parce que nous n'hésitons pas à affirmer notre point de vue », explique Mikayla. « De nos jours, les gens s'attendent à voir des entreprises qui prennent position et qui reflètent leurs propres convictions. »

« Fabriquer un produit solide et offrir un bon service ne suffit peut-être plus aujourd'hui », ajoute Naomi.



Pleins feux sur la santé mentale et le bien-être

Créer, gérer et développer sa propre entreprise peut être une expérience enrichissante, mais elle s'accompagne de sa part de stress.

Dans un rapport récent, 50 % des propriétaires de petites entreprises ont affirmé avoir de la difficulté à composer avec les problèmes de santé mentale*.

Voici quelques suggestions et stratégies que vous et votre équipe pouvez envisager :



01

Priorisez votre santé et accédez à un système de soutien personnel

Assurez-vous de dormir suffisamment, et de garder du temps pour voir vos proches, faire de l'exercice et vous adonner à votre passe-temps préféré. Pour un bien-être mental et physique, il faut s'accorder du temps et du repos. Même si c'est parfois difficile, apprenez à dire « non » aux occasions qui pourraient avoir un impact négatif sur votre bien-être.

02

Si vous le pouvez, déléguez ou sous-traitez des tâches

Vous n'avez pas à tout prendre sur vos épaules. Envisagez de déléguer des tâches qui ne nécessitent pas votre expertise ou votre leadership.

03

Entourez-vous bien

Heureusement, la stigmatisation de la santé mentale tend à disparaître. Il existe aujourd'hui de nombreuses ressources dont vous pouvez tirer parti. Également, trouvez conseil auprès de vos réseaux personnel et professionnel qui peuvent être une grande source de soutien.

04

Montrez l'exemple

Visez l'équilibre travail-vie personnelle et fixez des limites adaptées aux besoins de votre entreprise.

Pour en savoir plus, visitez postescanada.ca/magazinePME.

* Au bord du gouffre : la santé mentale dans les PME canadiennes, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) et Nexim Canada (PrimaSure).

Jamie Gentry Designs : faire le bien, un pas à la fois



Les mocassins que Jamie Gentry façonne à la main sont plus qu'un produit – ils sont une façon de tisser des liens. L'artiste utilise sa plateforme pour faire le récit de ses expériences, mettre de l'avant le travail d'autres créateurs et sensibiliser les gens à l'appropriation culturelle.

Qu'est-ce qui a inspiré votre petite entreprise?

Je viens de la nation Kwakwaka'wakw et j'ai eu la chance de grandir immergée dans la culture et d'être entourée d'artistes talentueux. Je suis attirée par les arts, la musique et la danse depuis toujours, mais surtout par l'artisanat, qu'il s'agisse de couture, de perlage ou de tissage.

J'ai appris comment fabriquer des mocassins il y a environ 6 ans. Je suis mère au foyer de 3 enfants et je cherchais un moyen de contribuer financièrement à notre famille.

En grandissant, je n'ai pas vu d'artistes ou d'entrepreneurs autochtones prospérer et vivre de leur passion. Je suis vraiment reconnaissante et j'espère que mon parcours va inspirer d'autres

Autochtones à écouter leur cœur, à suivre leur passion et à se dire qu'eux aussi peuvent y arriver.

Parlez-nous des produits que vous créez.

Je fabrique des mocassins traditionnels faits sur mesure pour la vie moderne. Chaque paire est coupée, perlée, cousue et sculptée à la main, mais surtout faite avec beaucoup d'amour. Quand un consommateur tisse un lien avec un artisan et son produit, il est plus susceptible de chérir ce produit et de le conserver.

Comment votre passion pour l'art autochtone est-elle devenue une entreprise en ligne?

Quand j'ai commencé à fabriquer des mocassins, j'ai été acceptée comme artiste de Storyboots, un projet de Manitobah Mukluks. J'envoyais mes créations à l'entreprise, puis l'équipe là-bas les photographiait, les mettait en ligne, en faisait la promotion et les vendait pour moi. Tous les profits des ventes me revenaient. Le raisonnement derrière cette initiative reflète une valeur importante pour notre peuple : le partage des richesses. Ça fait partie de notre culture.



« Beaucoup de monde cherche à apprendre et à comprendre présentement, et je veux faire tout mon possible pour les aider afin qu'on puisse guérir. Pour que notre peuple soit enfin valorisé et respecté. »

– Jaime Gentry



Jamie Gentry Designs
Sooke, Colombie-Britannique
jamiengentrydesigns.com

À l'origine, les gens pouvaient me commander directement des mocassins en remplissant un formulaire sur mon site Web. Ils me trouvaient sur les médias sociaux et savaient ce qu'ils voulaient. C'est beaucoup de travail, et c'est une leçon d'humilité.

En quoi la solidarité et l'entraide influencent-elles votre travail?

Sur le marché, il y a une tonne de produits d'inspiration autochtone ou issus d'une appropriation culturelle. Ça contribue à déshumaniser ce qu'on fait. Ces produits ne sont rien d'autre que de jolis accessoires. Ils n'ont aucune signification.

Grâce à ma plateforme en ligne, je peux partager des ressources éducatives et sensibiliser les gens aux droits, à l'histoire, à l'art et à la vie des Autochtones. Avant la pandémie, ça a déclenché bien des réactions négatives chez des personnes qui pensaient que je n'étais qu'une autre Autochtone qui demandait la charité ou qu'il fallait que j'en revienne [de l'appropriation culturelle]. Mais aujourd'hui, les gens me remercient pour les ressources que je partage.

Pour découvrir d'autres récits inspirants, visitez postescanada.ca/magazinePME.

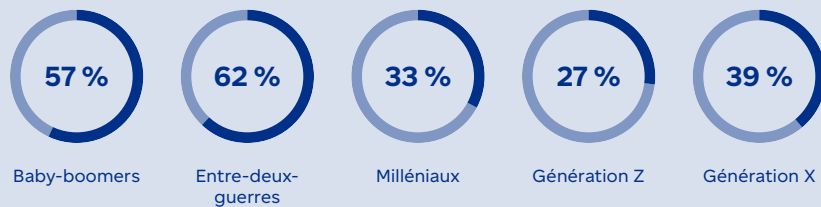
L'écart des générations : comment les valeurs influencent-elles le comportement d'achat?

Il ne s'agit pas seulement de prix avantageux, de service à la clientèle ou de sélection de produits.

La clientèle canadienne est de plus en plus susceptible d'acheter auprès d'entreprises qui partagent ses valeurs, mais cette tendance varie grandement d'une génération à l'autre. Voici quelques constats tirés d'un récent sondage réalisé par Postes Canada*.

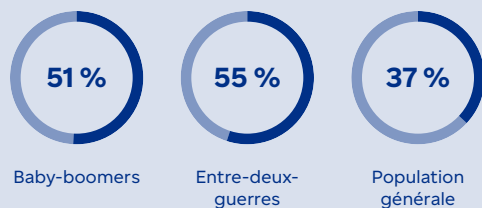
Les entreprises canadiennes

Dans quelle mesure ces générations sont-elles susceptibles de soutenir les entreprises canadiennes?



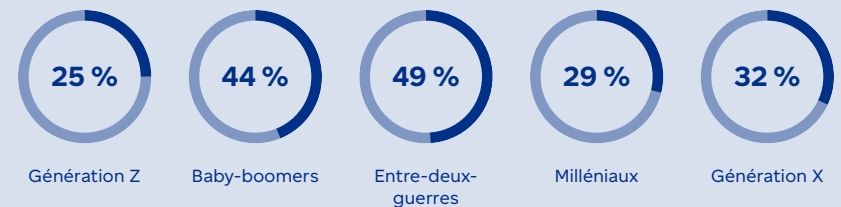
Les produits canadiens

Quelle est la probabilité que ces générations choisissent un détaillant s'il propose des produits fabriqués au Canada?



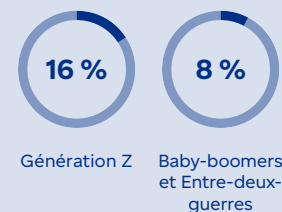
Les entreprises locales

Quelle est la probabilité que ces générations choisissent une entreprise parce qu'elle est locale?

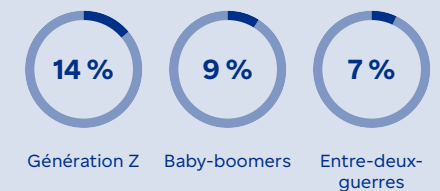


Les entreprises appartenant à des Canadiens sous-représentés, PANDC et femmes

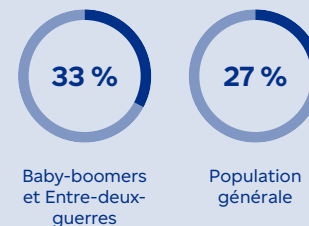
Dans quelle mesure ces générations sont-elles susceptibles de soutenir ces entreprises?



Les entreprises appartenant à des femmes :

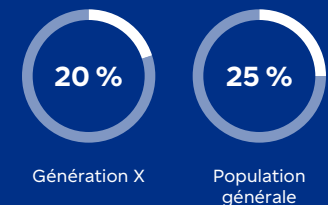


Respect de l'environnement et développement durable



Pour la bonne cause

Dans quelle mesure ces générations sont-elles susceptibles de soutenir les entreprises qui travaillent pour une bonne cause?



Pour plus de constats, visitez postescanada.ca/magazinePME.

* Phase 5. Canadian Online Shopper Study, mai 2022.

Le saviez-vous?

Nous continuons d'évoluer au rythme de vos besoins d'entreprise

À Postes Canada, nous investissons constamment dans notre réseau, nos services et notre expertise pour nous assurer de répondre à vos attentes en évolution. En voici quelques exemples :



Expédition rapide et abordable

Colis accélérés^{MC} est un service d'expédition par voie de surface rapide et économique au Canada, idéal pour toutes les tailles d'entreprises. Il permet de faire le suivi de tous les articles et offre des garanties de livraison à temps.



Activités gratuites pour les petites entreprises

Nous vous révélons les tendances du cybercommerce et des données sur la clientèle en investissant dans un large éventail d'événements, de séminaires et de webinaires gratuits.



Assurer le bon fonctionnement de votre entreprise

Procurez-vous les fournitures d'expédition dont vous avez besoin dans nos points de vente : enveloppes, boîtes, film à bulles, ruban adhésif, etc. De plus, vous pouvez désormais consulter facilement vos factures des 18 derniers mois sur votre Tableau de bord.



Des sites physiques en synergie avec nos services en ligne

Pour plus de commodité, vous avez la possibilité de créer une étiquette d'expédition en ligne, de planifier un ramassage, de déposer vos envois à n'importe quel bureau de poste ou dans une boîte aux lettres publique si la taille des articles le permet. Vous expédiez aux États-Unis ou à l'étranger? Pour gagner du temps, nous vous recommandons de créer votre étiquette d'expédition en ligne, car vous pourrez remplir les formulaires douaniers obligatoires en même temps. Pour en savoir plus sur nos services en ligne, visitez postescanada.ca/colisclik.

Pour découvrir comment nous soutenons votre entreprise, visitez postescanada.ca/magazinePME.



Répondre aux attentes en évolution de la population canadienne

Parmi toutes les tendances qui se sont dessinées au cours des deux dernières années, il y en a une qui est véritablement déterminante selon moi.

Les gens veulent plus que d'excellents produits et services des entreprises qu'ils soutiennent. Ils recherchent désormais des entreprises qui partagent leurs valeurs et leurs aspirations.

Qu'il s'agisse de protéger l'environnement, de promouvoir l'inclusion, la diversité ou la justice sociale, la population canadienne prend position, en quelque sorte, avec son argent.

Les gens ont également un intérêt renouvelé pour les petites entreprises d'ici, un avantage concurrentiel marqué. Celles dont le profil est présenté dans ce numéro ont une chose en commun : elles réussissent à créer des communautés de fans fidèles. Nous espérons que leurs histoires vous inspireront à tisser des liens plus significatifs avec votre clientèle.

Comme l'exprime le message de notre PDG, Postes Canada profite également de ce moment pour redéfinir sa raison d'être. Plus que jamais, nous sommes fiers et engagés à répondre aux attentes en évolution des entreprises comme la vôtre.

Quel que soit le parcours de votre entreprise, nous espérons que vous avez trouvé de nombreux conseils et de l'inspiration dans ce dernier numéro préparé par notre équipe.

Danielle Doiron
Directrice générale, Marketing