

TSTT - ACC

FICHE 27 : LE PUBLIPOSTAGE

1. DEFINITION

Le publipostage, c'est :

- **Une technique de mercatique directe :**

Définition (rappel) : méthode de vente qui consiste à « aller chercher le client ou le prospect là où il se trouve et le pousser à agir par une réponse directe ».

Les autres moyens de mercatique directe, à part le publipostage : le coupon-presse, le bus-mailing, la vente directe par les médias, la téléprospection, le Minitel, le fax.

- **Un argumentaire de vente** accompagné d'un bulletin de commande ou de réponse.
- **Un courrier commercial** qui a pour objectifs de déclencher une réponse, de faire agir en :
 - renvoyant le coupon-réponse,
 - déclenchant une commande par le retour du bon de commande,
 - téléphonant pour obtenir des renseignements ou pour passer une commande.

2. LA COMPOSITION

Le publipostage se compose de :

- **L'enveloppe-aller** avec :
 - **une accroche** : slogan qui incite à ouvrir la lettre.
 - **un visuel** : photo, dessin, couleurs, qui font remarquer la lettre et incitent à la lire.
- **La lettre**. Elle doit comporter :
 - **L'accroche** : slogan qui attire l'attention.
 - **Le post-scriptum** : PS au bas de la lettre.
 - **Le coupon-réponse ou N° Tel, minitel** : moyens directs de réponse.
 - **L'idée force** : c'est le message à faire passer.
 - **L'offre commerciale** : remise, financement, cadeau, séjour.
 - **Le bénéfice produit** : c'est ce que le produit peut apporter.
- **Les documents insérés** (selon le cas) :
 - l'enveloppe-réponse,
 - un prospectus,
 - le catalogue,
 - le bulletin de commande,
 - l'invitation,
 - le bulletin de participation au jeu,
 - un échantillon.

3. LES QUALITES DE LA LETTRE

Pour être efficace, une lettre de publipostage doit remplir trois rôles :

- **Attrayante** : pour faire connaître. Ex : accroche, visuel.
- **Personnalisée** : pour faire aimer. Ex : « vous », « privilégié ».
- **Inciter à l'action** : pour faire agir. Ex : verbes d'action, offre.

4. LES OBJECTIFS DU PUBLIPOSTAGE

- **Faire agir** :
 - Déclencher une commande, un abonnement...
 - Faire venir le client dans un point de vente, une foire exposition.
 - Faire demander un catalogue, un dossier complet, un essai.
- **Faire aimer** :
 - Un RDV grâce au coupon-réponse,
 - Donner envie d'acheter, d'en savoir plus, de tester, de voir le produit.
- **Faire connaître** : le produit ou les services ou un événement en informant régulièrement ou ponctuellement.

Le publipostage permet :

- **Au niveau de la communication** :
 - Toucher directement le client, chez lui ou sur son lieu de travail.
 - Fournir un argumentaire précis.
 - Laisser une documentation au client.
- **Au niveau commercial** :
 - Fidéliser les clients en proposant des offres régulièrement.
 - Prospecter : rapporter de nouveaux clients.
 - Relancer des clients : obtenir de nouveau leur commande.