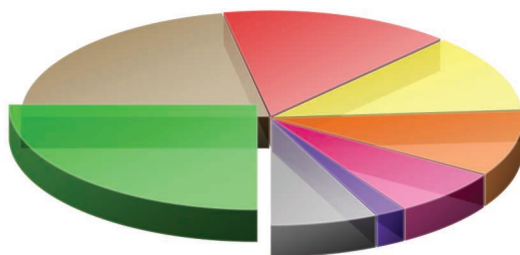
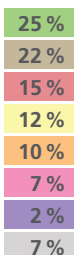




➤ Les consommateurs québécois réagissent positivement à l'envoi postal personnalisé

Le quart des consommateurs québécois préfèrent recevoir de l'information commerciale par le biais d'un envoi postal personnalisé (adressé personnellement à leur nom) plutôt que par tout autre moyen de communication. Arrive au deuxième rang la publicité radio et télévision et, au dernier rang, les appels de télémarketing.

- Envoi postal personnalisé
- Publicité radio et télévision
- Publicité journal
- Envoi postal non personnalisé
- Sac publicitaire (Genre Publisac)
- Courriel
- Appel de télémarketing
- Autres



Source : Sondage CROP/SMDCA, février 2001

➤ Augmentez vos ventes en gardant contact avec vos clients Comment et avec quelle fréquence devez vous contacter vos clients ?

Comment réagiriez-vous si votre courtier en assurances vous appelait une fois par semaine pour vous convaincre d'étendre la couverture de votre police d'assurance-vie ? Vous n'aimeriez pas, n'est-ce pas ?

Mais que diriez-vous si votre fleuriste vous envoyait juste à temps une lettre d'information pour vous demander si vous souhaitez renouveler votre envoi de l'an dernier d'une douzaine de roses, à une certaine date ? C'était votre anniversaire de mariage ! Alors, ce rappel vous paraît peut-être utile et vous incite à agir.

S'occuper de ses clients, ce n'est pas seulement s'intéresser aux plus fidèles ou aux plus gros acheteurs. Le bon moment et la bonne fréquence comptent aussi. Vous devez vous adresser à vos clients quand ils sont réceptifs à votre message – c'est-à-dire quand ils ont envie ou besoin de ce que vous leur vendez.

La fréquence avec laquelle vous contactez un client dépend de la nature de votre activité, et parfois de la personnalité du client ou des circonstances. Gardez suffisamment le contact pour gagner la reconnaissance et la confiance de vos clients, mais sans aller jusqu'à les importuner. La planification et la tactique de vos interventions dépendent du type d'activité que vous exercez.

Source : Microsoft, pour l'entrepreneur, avril 2003

➤ Participez en direct à ce bulletin !

Vous avez un article, des idées, des nouvelles ou des suggestions à nous soumettre ?

Faites-les parvenir à l'attention de Claude Galarneau à l'adresse suivante : cgalarneau@agraf.com

Diffusé mensuellement par le biais du courriel, *Agrafcible* se veut un bulletin d'information qui traite de tous les sujets concernant le marketing direct. Il est possible de s'abonner gratuitement à la version électronique de ce bulletin en complétant le formulaire d'abonnement que l'on retrouve à cette adresse : www.agraf.com/marketing

Nous vous invitons à visiter les sites suivants :



➤ Association du marketing relationnel (AMR)
<http://www.amrq.com>

➤ Direct Marketing Association (DMA)
<http://www.the-dma.org>

➤ Infopresse
<http://www.infopresse.com>

➤ Postes Canada
<http://www.postescanada.ca>

➤ Direct Marketing News (DMN)
<http://www.dmn.ca>

➤ AMPQ
<http://www.ampq.com>

Pour en savoir plus sur l'équipe de réalisation de *Agrafcible*, visitez : www.agraf.com/equipe