



## Faire du marketing direct: une résolution payante !

En ce début d'année, pourquoi ne pas prévoir des actions de marketing direct qui vous permettraient au cours des prochains mois de maintenir constamment, régulièrement, des contacts profitables avec votre clientèle ? Les actions de marketing direct nécessitant de la planification pour être encore plus efficace, il est donc conseillé de les préparer dès maintenant.

Rappelons que les occasions d'affaires sont nombreuses pour communiquer avec votre clientèle au moyen du marketing direct: lancement d'un produit, offre d'un nouveau service, invitation à un événement, anniversaire, félicitations, conseil professionnel, nomination, etc.

## Loi C-37 touchant le télémarketing: soyez prêts !



La loi C-37, qui pourrait voir le jour d'ici 2007, concerne les entreprises pratiquant des activités de télémarketing. En effet, selon cette loi, une banque de données sera établie pour regrouper les numéros de téléphone des personnes ne voulant pas être sollicitées à domicile, banque que les entreprises effectuant de la sollicitation téléphonique devront respecter. On s'attend à ce que huit ou neuf millions de numéros de téléphone se retrouvent dans cette banque. D'après un sondage cité par Industrie Canada, 97% des Canadiens se disent contrariés par les appels de télémarketing.

Des chiffres qui sonnent fort:

- Annuellement, les Canadiens achètent par téléphone pour 16 milliards de dollars en biens et services\*
- Les Canadiens reçoivent en moyenne 3,4 appels de télémarketing par semaine\*\*

En prévision de la loi C-37, les entreprises devraient rapidement songer à d'autres actions de marketing direct comme le publipostage, le courriel, etc. L'année 2006 est donc une période propice pour s'initier à de nouvelles avenues.

Sources: \* L'Association canadienne du marketing (ACM) / \*\* Sondage Environics

## Participez en direct à ce bulletin !

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

Faites-les parvenir au soin de Claude Galarneau à l'adresse suivante: [cgalarneau@agraf.com](mailto: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](http://www.agraf.com/marketing)

Pour en savoir plus sur l'équipe de réalisation de Agrafcible, visitez: [www.agraf.com/equipe](http://www.agraf.com/equipe)

### 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>



**Agraf**

Marketing direct • Publicité • Design graphique

**Cherche et rapporte**

105, côte de la Montagne, bureau 402, Québec (Québec) G1K 4E4

Téléphone : (418) 692-4437 • Télécopieur : (418) 692-3743

Internet : [www.agraf.com](http://www.agraf.com) • Courriel : [info@agraf.com](mailto:info@agraf.com)