

Liste de contrôle pour le publipostage



Outil puissant et polyvalent, le publipostage est tout indiqué pour faire rayonner votre marque. Intégrez-le à votre marketing mix pour faire connaître votre entreprise et augmenter votre chiffre d'affaires.

Voici notre liste de contrôle pour le publipostage :

Précisez votre objectif



Avant de commencer, définissez votre objectif. Cherchez-vous à attirer de nouveaux clients ou à fidéliser votre clientèle, ou voulez-vous simplement accroître la notoriété de votre marque? Si vous avez un **objectif** clair en tête, vous pourrez créer une campagne de publipostage qui répondra aux besoins de votre entreprise.

Décidez où et qui cibler



Selon votre objectif, vous pourriez cibler des secteurs précis ou des clients en particulier. Pour réduire vos coûts de marketing tout en obtenant de bons résultats, soyez stratégique quant à l'**endroit** où vous ferez la promotion de votre marque.

Gardez toujours votre **public** en tête pour créer un message de campagne pertinent. Portez une attention spéciale au ton et au style de votre message, et optez pour la clarté et la concision.

Lancez votre campagne au bon moment



Le moment auquel vous envoyez un article de publipostage est important. Vous pourriez lancer des campagnes pendant les périodes creuses pour mousser vos ventes, ou durant les périodes clés pour accroître la notoriété de votre marque. Choisir le bon moment est essentiel.

Établissez votre budget



Une fois que vous avez établi les bases de votre campagne, vous devrez décider quelles seront vos limites **avant** de créer du matériel publicitaire. C'est en vous penchant sur les détails que vous pourrez atteindre vos objectifs, que vous travailliez avec un partenaire ou que vous utilisiez le service Médiaposte^{MC} clic.

Réfléchissez à votre stratégie



Pour joindre efficacement la clientèle, il est toujours utile de savoir **comment** vous voulez que votre campagne fonctionne. Par exemple, vous pouvez choisir de faire des envois de plus ou d'étendre votre campagne de publipostage sur plusieurs vagues.

Mesurez votre succès



N'oubliez pas de mesurer les résultats de votre campagne! Une campagne réussie se traduit souvent par une augmentation de l'achalandage en magasin ou sur votre site Web peu après l'envoi de votre article de publipostage, ou par des visites en ligne découlant du code MURL ou QR inclus dans votre campagne.

Si vos résultats sont prometteurs, songez à augmenter votre budget ou à lancer la campagne de nouveau à l'avenir. S'ils sont décevants, essayez quelque chose de nouveau la prochaine fois pour découvrir ce qui fonctionne le mieux pour votre entreprise et votre public cible.



Captivez votre public grâce au bon marketing mix et à une stratégie judicieuse.

Apprenez-en davantage sur la façon de tirer parti du publipostage à l'adresse postescanada.ca/publipostagePME