

# Planificateur de campagne de publipostage

Postes Canada

Un guide par étapes pour vous aider à  
planifier et à créer votre prochaine  
campagne de publipostage

6-640 (11-04)



## Utilisez votre Planificateur de campagne de publipostage Postes Canada pour établir votre entreprise – une campagne à la fois

Vous pouvez mettre le pouvoir du publipostage au service de votre entreprise – il suffit d'un peu de planification. Voilà où le Planificateur de campagne de publipostage Postes Canada peut vous aider. Vous trouverez à l'intérieur un guide étape par étape de toutes les phases d'élaboration d'une campagne, à partir des premières considérations liées à la définition de vos objectifs de campagne, l'établissement de votre budget, et l'analyse du profil de votre produit ou service, jusqu'au positionnement de votre texte, l'estimation de vos coûts de production, la finalisation de vos dispositions postales et l'analyse de la réponse générée par votre campagne.

Une fois que vous aurez terminé ces étapes, vous serez prêt à amorcer la création, puis à lancer votre campagne. Avec l'aide du Planificateur de campagne de publipostage Postes Canada, vous pourrez relier votre produit ou service aux bons consommateurs – et obtenir les résultats dont vous avez besoin.

Les représentants de Postes Canada peuvent vous aider et vous guider tout au long du processus de planification de votre campagne. Appelez-nous au 1 800 260-7678.

# Préparer une campagne de publipostage réussie

## Objectifs de la campagne

Soyez aussi précis que possible en établissant la liste des objectifs de votre campagne. Un objectif de campagne est un énoncé qui résume les buts quantifiables que vous voulez atteindre grâce à votre campagne (ex. générer 150 nouveaux clients éventuels sur une période de 12 semaines; 300 visites dans mon magasin pour échanger un coupon; 50 appels téléphoniques de la part de clients potentiels; pousser mes nouveaux produits auprès de 250 utilisateurs de mes anciens produits; faire en sorte qu'une centaine de personnes téléchargent mon nouvel outil sur notre site Web).

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

## Définissez votre public cible

Soyez aussi précis que possible en faisant la liste des attributs du client type à qui votre campagne s'adresse. Établissez un profil cible basé sur le genre, l'âge, le style de vie, le niveau de scolarité, le revenu familial, le secteur résidentiel, et les habitudes d'achat – ou tout autre critère qui serait pertinent pour votre entreprise.

### Profil cible

- Genre \_\_\_\_\_
- Âge \_\_\_\_\_
- Style de vie \_\_\_\_\_
- Scolarité \_\_\_\_\_
- Revenu familial \_\_\_\_\_
- Secteur résidentiel \_\_\_\_\_
- Habitudes d'achat \_\_\_\_\_
- Autres critères \_\_\_\_\_

## Budget

Évaluez votre budget total en segmentant la campagne au moyen de ses composantes requises.

Budget total	_____	\$
Création (visuel/texte)	_____	\$
Production/impression	_____	\$
Frais de liste d'envoi	_____	\$
Affranchissement des envois	_____	\$
Frais de carte-réponse d'affaires	_____	\$
Exécution	_____	\$
<b>Total des coûts estimés</b>	_____	\$

Évaluez votre budget en fonction du taux de réponse souhaité et du coût par réponse.

1. Nombre de réponses requises (votre objectif) \_\_\_\_\_
2. Taux de réponse souhaité à la suite de votre envoi (% , comparé aux prévisions) \_\_\_\_\_
3. Nombre d'unités à poster (divisez 1 par 2) \_\_\_\_\_
4. Nombre d'unités (1 000) \_\_\_\_\_
5. Coût par mille envois (CPM) \_\_\_\_\_ \$
6. Budget nécessaire pour atteindre les objectifs (multipliez 4 par 5) \_\_\_\_\_ \$
7. Budget requis \_\_\_\_\_ \$
8. Nombre de réponses requises \_\_\_\_\_
9. Coût par réponse (divisez 7 par 8) \_\_\_\_\_ \$

## Sélection d'une liste de publipostage

Déterminez les listes (internes, achetées ou louées) que vous prévoyez utiliser pour atteindre votre groupe cible. Vous pourriez avoir vos propres listes de clients et de clients potentiels, ou vous pourriez souhaiter acheter certaines listes auprès de courtiers. Dans ces listes, identifiez les segments qui sont les plus susceptibles de répondre favorablement à votre offre. Déterminez une limite de dimension de la liste, de la quantité que vous prévoyez tester et du coût de location de cette liste.

Liste	Segment	Dimension	Quantité pour le test	Coût (CPM)
_____	_____	_____	_____	_____ \$
_____	_____	_____	_____	_____ \$
_____	_____	_____	_____	_____ \$
_____	_____	_____	_____	_____ \$
_____	_____	_____	_____	_____ \$

## Votre offre

Une offre est conçue pour inciter votre consommateur potentiel à répondre immédiatement. Elle doit être attirante, irrésistible et facile à comprendre. Définissez votre offre en étant aussi précis que possible.

Type de réponse désirée (ex. achat, demande de visite d'un représentant, échange d'un coupon)

Incitatifs ou primes

Méthode de paiement (le cas échéant)

Répondez d'ici le ou à la date limite

Énumérez les besoins du client que votre offre va combler

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

## Le profil de votre produit ou service

Pour vous aider à représenter votre produit ou service sous le jour le plus favorable, dressez la liste de ses principales caractéristiques (attributs tangibles) et des avantages correspondants pour l'utilisateur (améliorations du bien-être du consommateur liées directement à l'utilisation du produit ou service).

Caractéristique du produit	Avantage pour le consommateur
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

## Considérations créatives

Lorsque vous élaborez le texte et le visuel d'une campagne, gardez vos objectifs et votre groupe cible en tête. Une campagne efficace doit être alignée sur vos objectifs, être attirante pour votre cible et communiquer efficacement votre proposition.

### Éléments du texte

Quel est votre principal énoncé de positionnement ? (L'énoncé de positionnement est un résumé de la façon dont vous voulez présenter votre produit ou service à votre groupe cible.)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Déterminez le style d'écriture qui conviendra le mieux à votre proposition (ex. informatif, promotionnel, direct, institutionnel, etc.).

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Déterminez l'image que votre envoi devrait projeter (ex. prestigieuse, conservatrice, éblouissante, etc.).

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Coûts de production

Évaluez votre budget de production en segmentant ses composantes nécessaires et leurs coûts. Votre imprimeur peut vous aider à déterminer le coût de la plupart de ces éléments. Tenez compte que des progrès récents dans les technologies d'impression rendent maintenant plus abordables les tirages plus petits.

Composante	Création	Maquette	Film	Impression
Enveloppe extérieure	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Enveloppe-réponse	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Lettre	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Dispositif de réponse/carte-réponse d'affaires	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Dépliant	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Rappel d'offre*	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Note promotionnelle**	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Autre	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$

\* Feuillet de papier distinct rappelant votre offre

\*\* Deuxième lettre promotionnelle, courte et écrite par une autre personne que l'auteur de la lettre principale

À cette étape, vous aurez probablement besoin des services d'une entreprise de préparation postale pour formater votre liste de publipostage et préparer votre envoi pour la mise à la poste. Pour trouver les entreprises de préparation postale de votre localité, demandez des recommandations à votre imprimeur ou consultez le répertoire des Pages jaunes de votre région (sous la rubrique Publicité postale).

## Autres coûts

Traitement des données	_____ \$
Préparation de l'envoi	_____ \$
Exécution	_____ \$

## Frais d'affranchissement

Demandez à votre entreprise de préparation postale des conseils sur les meilleures options d'envoi pour votre publipostage. Elle pourra s'occuper du paiement en votre nom.

Affranchissement	_____ \$
------------------	----------

## Finalisez vos dispositions postales

Votre entreprise de préparation postale s'occupera de communiquer avec Postes Canada pour établir les dates de dépôt. À cette étape, si vous avez besoin de parler à un représentant de Postes Canada, appelez au 1 800 260-7678. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les services de publipostage de Postes Canada, visitez [www.postescanada.ca](http://www.postescanada.ca).

## Analyse des réponses

Gardez un rapport détaillé des résultats de votre campagne. Ceci constituera une excellente source de référence pour assurer l'efficacité et le succès de vos campagnes ultérieures.

Nombre d'unités postées	_____
Nombre de réponses	_____
% de réponse	_____
Coûts par mille (CPM)	_____ \$
Coût par réponse	_____ \$
Valeur moyenne d'une commande	_____ \$

### Réponse par type de moyen

Poste (par liste)	_____
Téléphone	_____
En personne	_____
En ligne	_____
Nombre de demandes	_____
Nombre de ventes	_____

Durée moyenne nécessaire pour remplir la commande ou répondre à la demande \_\_\_\_\_

# Les services de publipostage de Postes Canada

Postes Canada offre une gamme diversifiée de produits de publipostage efficaces qui répondent à tout type de besoin et de budget. Il suffit de sélectionner le média qui correspond le mieux au message de votre entreprise.

## **Médiaposte avec adresse<sup>MC</sup>**

Le service Médiaposte avec adresse constitue pour les entreprises une façon rentable d'adresser personnellement des renseignements ou des offres promotionnelles à des clients potentiels ou actuels ciblés. Les tarifs du service Médiaposte avec adresse sont moins élevés que les tarifs postaux ordinaires; toutefois, des restrictions relatives aux quantités minimales et des exigences de tri préalable s'appliquent à votre envoi pour qu'il soit admissible aux tarifs du service Médiaposte avec adresse.

## **Médiaposte sans adresse<sup>MC</sup>**

Comme son nom l'indique, le service Médiaposte sans adresse vous fournit une livraison ciblée à chaque foyer, appartement ou entreprise situés dans un secteur géographique particulier, selon les parcours de livraison postale.

## **Promocarte<sup>MC</sup>**

Promocarte est une solution publicitaire de publipostage – un arrêt qui prend soin de tout pour vous. Il vous suffit de fournir votre maquette et Postes Canada prendra soin du ciblage, de l'impression, de la préparation postale, du transport et de la livraison. Choisissez une livraison Médiaposte avec ou sans adresse.

## **Carte-réponse d'affaires**

La carte-réponse d'affaires est un véhicule de réponse éprouvé, utilisé par des milliers d'entreprises canadiennes. Choisissez parmi des cartes-réponse d'affaires ou des enveloppes préadressées et préaffranchies. C'est une façon facile pour vos clients éventuels ou vos clients actuels de répondre à votre publipostage, et puisque vous ne payez l'affranchissement que pour les unités qui vous sont retournées, c'est également très rentable.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces services ou d'autres offerts par Postes Canada, visitez [www.postescanada.ca](http://www.postescanada.ca).

<sup>MC</sup> Marques de commerce de la Société canadienne des postes