

Astuce de MD

10 astuces efficaces pour économiser des frais publicitaires



Jamais les conditions n'avaient été aussi favorables pour créer la sensation avec peu de budget. Internet a changé le comportement de communication des êtres humains. Et ouvert de nouvelles possibilités aux annonceurs. Plate-forme publicitaire intéressante d'une part, Internet permet de réaliser, d'autre part, des publicités offline à moindres frais. La revue spécialisée «WerbePraxis aktuell» publie 10 astuces pour dépenser moins, que nous vous présentons aujourd'hui, légèrement adaptées.

10 astuces pour économiser sur vos frais publicitaires:

1. Produire des pubs vidéos pour trois fois rien – ou presque.

Pour la plupart des spectateurs, les publicités vidéos traditionnelles sont de moins en moins crédibles. C'est ce que révèlent les nouvelles méthodes de sondages aux USA. Au lieu de cela, les utilisateurs demandent des informations objectives et fiables. Laissez donc vos clients s'exprimer via votre publicité. Pas besoin de dépenser des fortunes: les vidéos amateurs tiennent déjà salon sur le web collaboratif.

2. Diffuser gratuitement des pubs vidéos.

Servez-vous de YouTube (www.youtube.de) et d'autres portails vidéos afin de diffuser votre publicité. Chaque mois, 66 millions d'utilisateurs du monde entier se pressent sur le leader de marché YouTube. Aujourd'hui, les portails vidéos font partie du quotidien virtuel, à l'instar des moteurs de recherche et des boutiques en ligne.

3. Opter pour un concours en ligne au lieu d'une présentation d'agence.

Les présentations d'agence coûtent beaucoup de temps et d'argent. Si vous voulez économiser l'un et l'autre, lancez un concours créatif en ligne. Pour un prix de 400 euros, une maison d'édition allemande a ainsi reçu quelque 100 propositions de designs.

4. Utiliser des images publicitaires de première catégorie et à bon prix.

Pour vos achats de photos publicitaires, servez-vous de bases de données d'images gratuites ou peu chères. Trois exemples: www.istockphoto.com, www.fotolia.de ou www.snapvillage.com, l'agence de photos à petits prix de Corbis, l'entreprise de Bill Gates. Autre possibilité: à l'aide de mots-clés, recherchez des photos pertinentes sur le portail Web 2.0 www.flickr.com, puis contacter les photographes et négocier individuellement les droits des images. Ou alors, demandez à vos clients d'envoyer des photos et récompensez chaque envoi par un bon d'achat.

5. Economiser sur les imprimés.

Confiez l'impression de vos flyers, cartes de visite, blocs, papier à lettres et nombreux autres moyens publicitaires standards à une imprimerie en ligne. Les cartes-mailings peuvent par ailleurs être créées en ligne via DirectFactory (www.post.ch/directfactory) de la Poste Suisse, puis imprimées et envoyées pour 99 centimes par exemplaire, frais de port inclus.

6. Promouvoir les ventes sans bourse délier.

Le magazine de recommandation et portail des villes Qype (www.qype.de) peut vous permettre d'acquérir rapidement de nouveaux clients. Fort de son million d'utilisateurs allemands, ce portail propose aux entreprises de distribuer des bons gratuits aux visiteurs. Un bon moyen d'attirer l'attention de personnes que vous n'auriez jamais pu atteindre autrement.

7. Vendre de la publicité.

Financez vos moyens publicitaires ou votre site web en vendant des espaces publicitaires à des entreprises amies. Adressez-vous pour ce faire à des fournisseurs, partenaires commerciaux et entreprises dont l'offre complète la vôtre ou qui cherchent le contact avec vos clients.

8. Fixer pour mandat un objectif, non une publicité.

Pour une fois, changez complètement votre briefing d'agence. Au lieu de la description détaillée du mandat, donnez comme objectif: «Générez au moins 50 demandes d'offres concrètes pour un montant maximum de 150 francs par demande.»

9. Utiliser des logo-shops.

Vous pouvez acheter des logos en ligne et à bon prix, par exemple auprès de Wilogo (<http://de.wilogo.com>). Pour chaque demande de logo, vous recevez dans les 72 heures jusqu'à 63 propositions de 40 designers différents, pour un prix total de 499 euros, TVA en sus.

10. Transformer les clients en publicitaires.

La vieille méthode du bouche à oreille connaît un second souffle (numérique) grâce à Internet. Même offline, cependant, elle continue d'être hautement efficace. Demandez par exemple à vos clients s'ils souhaitent remettre des brochures à leurs amis ou connaissances. Pour les motiver, vous pouvez leur offrir des bons de 5 francs, à échanger ou à offrir.

Source: WerbePraxis aktuell, édition 11/2007 (en allemand)

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint