

Astuce de MD

L'analyse de situation en 5 étapes



Les connaissances recueillies lors de l'analyse de situation constituent le fondement de chaque opération de marketing direct. Pourquoi? Par ce que même si certains facteurs de la campagne sont déjà connus - comme les objectifs, les groupes-cibles et l'offre - l'analyse plus ou moins complète de la situation s'impose. Notre astuce vous en révèle les 5 étapes clés.

Les 5 étapes de l'analyse de situation:

1. Consignez par écrit les facteurs connus de la situation de départ. Ceux-ci comprennent:

- a) les informations déjà disponibles concernant le projet, p. ex. les objectifs, les groupes-cibles, l'offre, entre autres;
- b) les conditions-cadres internes comme les limites du budget, les objectifs prioritaires, l'intégration de l'opération dans les concepts de communication existants, etc.

2. Par rapport à la concurrence, analysez les points forts et les points faibles

- a) de votre propre entreprise
- b) de la marque ou du produit (p. ex. en vous basant sur les contrôles des résultats des opérations précédentes)
- c) de la campagne (p. ex. date des activités publicitaires en comparaison avec la concurrence)

3. Analysez les chances et les risques possibles

- a) sur le marché (p. ex. auprès du groupe-cible visé, si ces données sont connues)
- b) lors de la distribution (p. ex. obstacles lors de l'envoi direct, problèmes aux P.O.S., etc.)
- c) dans la branche (p. ex. tendances)
- d) inhérents à l'environnement en général, comme les développements technologiques, économiques ou écologiques, les influences politico-juridiques et les évolutions psychologico-sociales.

4. A partir de l'analyse des points forts/points faibles et chances/risques, tirez les conclusions qui vous permettront de concevoir votre opération de MD

- a) rassemblez les connaissances acquises
- b) définissez les objectifs-cadres pour votre campagne

5. Vérifiez la situation de départ définie à l'étape 1. Sur la base de ce que vous avez appris, des modifications sont peut-être nécessaires.

Le travail de base pour la conception de la campagne est maintenant terminé. Si vous travaillez avec des partenaires externes, la prochaine étape consiste à rédiger un briefing, où seront fixés, entre autres, les objectifs, les groupes-cibles et le mix d'offres.

Pour plus d'informations: www.poste.ch/directpoint.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

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