

Astuce de MD

Des messages de MD clairs



A vouloir trop dire, on finit par devenir confus. C'est particulièrement vrai pour le matériel publicitaire utilisé en marketing direct, où le danger d'une surcharge d'information est grand. Conclusion: il faut rester court et précis.

"Qu'est-ce que ce ça me rapporte?" Voilà une des premières questions que se pose le destinataire d'un message publicitaire. Or, si le moyen publicitaire peut apporter une réponse directe à cette question en proposant un avantage convaincant, les chances pour que le client (potentiel) prenne connaissance de l'offre s'en trouvent nettement augmentées.

Malgré cet état de fait, la publicité qu'envoient les entreprises souffre souvent d'une surabondance d'informations. Simplicité et brièveté restent pourtant les maîtres-mots, la surcharge toujours croissante d'information ne réussissant qu'à réduire d'autant le degré d'attention des consommateurs.

Pour que votre message soit simple et clair, voici quelques lignes directrices:

1. Déterminer un **objectif principal** pour votre opération. Dans un second temps, vous pouvez aussi définir d'autres objectifs, qui serviront à mieux orienter votre offre et votre message.
2. Composez le **mix d'offres** (offre de base et offre de remplacement ainsi qu'activateur de réponse / d'offre). Ce qui compte, c'est de ne pas perdre de vue votre objectif principal et votre groupe-cible.
3. Formulez les **avantages** de votre offre.
4. Dégagez de ces avantages une **utilité principale** pour votre groupe-cible.
5. Mettez en scène ces atouts via une idée-clé ou inspirez-vous-en pour formuler verbalement votre **message central**.

Les avantages supplémentaires que l'offre apporte au groupe-cible peuvent également figurer dans le matériel publicitaire. L'utilité principale, aidée et soutenue par le texte et la réalisation graphique, doit cependant former le cœur de votre opération publicitaire.

Vous trouverez de plus amples informations sur la planification d'une opération de MD dans le DirectExpert. Vous pouvez également télécharger nos listes de contrôles.

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