

**Astuce de MD**  
**Saisissez toutes les opportunités de dialogue!**



**L'avantage décisif du marketing direct par rapport à la communication classique? Vous le connaissez déjà: en plus d'envoyer des messages, il génère des réactions! Lesquelles, à leur tour, vous fournissent des informations précieuses sur vos partenaires de marché. Tirez profit de ces connaissances. Voici comment.**

**«La plus haute forme de communication est le dialogue.»** August Everding, 1928-1999, metteur en scène allemand, politicien de la culture et administrateur de théâtre.

### **Etablir un dialogue avec des milliers de personnes**

L'entretien personnel vous permet d'en savoir plus sur votre interlocuteur, ses expériences, opinions et préférences. Votre comportement vis-à-vis de votre partenaire prend appui sur les informations récoltées, pour déboucher sur une relation. Le marketing direct remplace l'entretien personnel, en vous permettant de communiquer simultanément avec des milliers de personnes. Saisissez cette occasion que vous offre le dialogue et établissez une relation durable, basée sur la connaissance de vos clients et partenaires de marché.

### **Conseils pour un dialogue efficace**

1. Lors de chaque contact, prévoyez au moins une possibilité de réponse et encouragez les personnes-cibles à l'utiliser.
2. Sauvegardez les informations récoltées dans une base de données centralisée. Attention: vous pouvez enregistrer les données que vous communiquent vos clients, mais non les transmettre à des tiers sans le consentement des personnes concernées, conformément aux règles de protection des données.
3. Adressez-vous à chacun de vos groupes-cibles de manière différenciée, en fonction de leurs besoins.
4. Faites trésor des expériences acquises lors des opérations précédentes et servez-vous-en pour vos nouvelles campagnes de marketing direct.
5. Via le marketing direct, restez en dialogue avec vos clients; évitez les opérations isolées qui ne sont pas en affinité avec votre groupe-cible.
6. Avant le contact téléphonique, passez rapidement en revue l'historique du client. Il se sentira pris au sérieux.
7. Veillez à ce que vos collaboratrices et collaborateurs aient rapidement accès aux données clients lors de leurs contacts avec ceux-ci, afin de mieux répondre à leurs besoins.
8. De temps en temps, pensez à remercier vos clients de leur fidélité.

**Pour plus d'informations: [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint).**

La Poste Suisse  
PostMail  
Marketing direct  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint)