

# Astuce de MD

## Optimisez vos mesures de MD!



**Le marketing direct est un apprentissage permanent. Chaque opération vous en apprend plus sur votre groupe-cible ainsi que sur les offres ou médias les plus efficaces. L'expérience est donc la condition sine qua non pour des campagnes percutantes et réussies.**

### **Rien ne vaut l'expérience**

Le marketing direct est mesurable. En se fondant sur ses expériences, une entreprise peut optimiser à chaque nouvelle opération date, groupe-cible, choix des médias, mix de l'offre et présentation. En pratique, pourtant, les entreprises (et les agences) ne donnent pas assez de poids à ce qui a été fait auparavant, laissant passer ainsi des occasions rêvées pour augmenter leur efficacité et leur succès.

### **6 conseils pour un succès de MD durable**

1. Lors de la planification, réfléchissez déjà aux résultats que vous souhaitez obtenir. Vous pourrez ainsi codifier correctement les éléments de réponse et saisir de manière adéquate les informations nécessaires.
2. Assurez-vous que votre base de données réponde aux conditions requises et permette d'enregistrer et d'évaluer les informations importantes pour les analyses.
3. Analysez avec précision les résultats de vos mesures de MD et tirez-en les conclusions utiles pour vos prochaines activités. Miser deux fois sur le mauvais cheval est impardonnable en marketing direct!
4. Évaluez toujours vos mesures en vertu des mêmes critères: vous pourrez ainsi comparer les résultats à long terme. Par ailleurs, la comparaison entre différentes opérations livre des clés de lecture intéressantes.
5. Servez-vous des informations obtenues sur les profils, les achats et les domaines d'intérêt de vos clients (ou personnes intéressées) afin de différencier les divers groupes-cibles et de vous adresser à eux de manière ciblée.
6. Au besoin, tirez parti des tests afin de rassembler des informations supplémentaires. Vous pouvez par exemple effectuer des tests sur:
  - a) les groupes-cibles
  - b) les adresses
  - c) le mix d'offres et le prix
  - d) les renforçateurs de réaction
  - e) les médias
  - f) les dates des opérations, etc.

Attention: ne changez qu'un paramètre par test, afin d'obtenir des résultats pertinents.

**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)