

Astuce de MD

créer une enveloppe qui donne envie de l'ouvrir



L'enveloppe est plus qu'un simple emballage. Car si l'emballage est triste, même l'offre la plus fantastique ne voit jamais la lumière du jour. Pourtant, elle fait plus qu'augmenter le taux des réponses; son influence s'exerce aussi sur les coûts du mailing. Notre astuce vous dit comment donner le meilleur coup d'envoi à votre mailing tout en ménageant votre budget.

Astuces pour générer un plus haut taux d'ouvertures et de réponses

- **Choisir le bon papier.** Optez pour un papier facile à imprimer, résistant à la déchirure et rigide, afin qu'il garde son aspect invitant jusque dans la boîte aux lettres du destinataire. Veillez également à ce que le degré de blancheur de l'enveloppe et du contenu soit le même, sinon le papier plus foncé aura l'air sale par comparaison. Notre conseil: pour les petits tirages, où les coûts supplémentaires sont moins importants, ou en cas d'articles de luxe, n'hésitez pas à choisir des papiers plus exclusifs. La sensation tactile qu'on éprouve en touchant le papier n'est pas à négliger non plus. Osez la couleur!
- **Opter pour un format séduisant.** Analysez bien les formats admis, afin de créer un mailing qui se distingue du courrier quotidien sans pour autant faire sauter votre budget de correspondance. Les mailings rectangulaires ou même ronds font de l'effet! Presque tout peut être réalisé et envoyé. La règle est la suivante: plus le mailing est grand, plus il attirera l'attention. A noter: la hauteur et la largeur du contenu doivent être, respectivement, 5 mm et 10 mm au moins inférieures à celles de l'enveloppe afin de pouvoir y entrer sans encombre.
- **Rédiger un texte qui éveille la curiosité.** Annoncez la couleur déjà sur l'enveloppe, par exemple au moyen d'une question dans le genre «Envie d'évasion?». Les early-birds (promotions accessoires) et les concours sont aussi de bons moyens pour encourager votre destinataire à ouvrir votre courrier. Une chose est sûre: moins on en dit, mieux c'est. Ne dévoilez pas tout!
- **Choisir des matériaux inhabituels.** Pas besoin de s'en tenir au papier! Pour les CD par exemple, il existe du matériel spécial, résistant à la déchirure et étanche. Les enveloppes peuvent aussi être en feuilles métallisées ou en carton.
- **Imprimer le rabat.** En ouvrant l'enveloppe, le destinataire s'attarde plus longtemps sur le verso et en particulier sur le rabat de l'enveloppe que sur le recto de celle-ci. Placez donc votre logo, un slogan publicitaire, voire même le nom du destinataire sur le rabat!
- **Imprimer le verso.** En raison des exigences de réalisation, le recto des enveloppes de format B5 tout particulièrement offre peu de place pour la publicité. Mais le verso, lui, n'est soumis à aucune contrainte. Alors, pourquoi ne pas l'imprimer entièrement? Il est aussi possible de fermer l'enveloppe sur le devant, ce qui facilite l'impression.
- **Imprimer l'intérieur.** L'impression interne peut remplir deux fonctions: augmenter l'opacité ou servir à la publicité. Dans le dernier cas, il est important que le papier soit opaque afin que l'impression ne soit pas visible de l'extérieur. Attention: l'impression interne n'est possible que si l'enveloppe n'est pas pré-confectionnée.
- **Miser sur des fenêtres et des perforations insolites.** Les fenêtres rondes ou en forme de nuages ne passent pas inaperçues. Quant aux perforations d'ouverture inhabituelles, elles changent des rabats usuels et titillent l'esprit de jeu du destinataire.
- **Adresser correctement.** C'est une priorité absolue! En parlant d'adressage: les enveloppes à fenêtre sont perçues comme plus luxueuses que les enveloppes avec adresse imprimée.
- **Choisir un affranchissement percutant.** Un vrai timbre augmente la valeur de votre mailing. Quant à l'empreinte PP personnalisée, elle fait écho à l'offre. Saisissez ces possibilités!

Astuces pour ménager votre budget

- **Calculer le grammage.** Plus l'enveloppe est grande, plus le grammage du papier doit être important, afin de garantir la rigidité souhaitée. Servez-vous de la formule suivante afin de calculer au préalable le poids de votre mailing et optimiser ainsi les frais de port:

$$\frac{\text{Longueur en cm} \times \text{largeur en cm} \times 2,5 \times \text{grammage en g/m}^2}{10000}$$

- **Gagner sur tous les plans avec un papier de premier choix.** Les papiers de première qualité n'ont souvent pas besoin d'impression quadrichrome, car ils séduisent déjà par leur structure. Ils donnent de la valeur à votre envoi et encouragent l'ouverture.

- **Choisir la bonne technique d'impression.** En cas de petits tirages ou de petites surfaces à imprimer, l'impression offset est la meilleure solution. Plus avantageuse que l'impression à feuilles ou l'impression rotative, elle est spécialement indiquée lorsque l'enveloppe ne comporte que votre logo, l'adresse de l'expéditeur et peu de texte. L'impression flexo constitue également une alternative peu coûteuse. Elle permet d'imprimer les enveloppes en même temps qu'elles sont fabriquées. Inconvénient: les couleurs manquent quelque peu de luminosité.
- **Déterminer la réalisation, le papier et l'impression en fonction du groupe-cible.** S'agissant de mailing Business-to-Business, une enveloppe coûteuse n'est pas toujours la solution idéale. Dans les entreprises de moyenne à grande taille, les personnes-cibles reçoivent souvent leur courrier déjà ouvert. Astuce: si le nom est imprimé au-dessus de l'adresse, l'enveloppe n'est en principe pas ouverte par le secrétariat.
- **Respecter les directives.** On peut envoyer tout ou presque. Reste à savoir à quel prix. C'est pourquoi, surtout en cas de grands tirages, faites appel à votre conseiller clientèle de la Poste Suisse avant de craquer pour un papier extra luxueux ou bariolé, pour un format spécial ou pour une technique de fermeture inhabituelle.

Dernière petite astuce pour terminer: veillez à ce que la qualité de la réalisation, du papier et de l'impression de l'enveloppe soit égale à celle de votre offre. L'enveloppe est la carte de visite de votre entreprise!

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