

Astuce de MD pour l'acquisition d'adresses



Le mailing adressé est un des moyens les plus efficaces pour acquérir de nouveaux clients. Encore faut-il l'envoyer aux adresses - correctes et actuelles - des personnes du bon groupe-cible. Pour votre opération, c'est bien là le facteur de succès le plus important. Voilà pourquoi la sélection et l'acquisition d'adresses sont prioritaires.

Les 3 étapes de l'acquisition d'adresses

1. **Définissez votre groupe-cible.** Voir aussi notre astuce "Comment trouver votre groupe-cible".
2. **Choisissez le mode d'acquisition.** L'objectif de votre opération est ici déterminant. Si vous visez la vente directe de produits, par exemple, la liste d'adresses d'une maison de vente par correspondance avec un groupe-cible similaire est une solution envisageable. En revanche, si vous proposez un cours pour coiffeurs, la location d'adresse auprès d'un éditeur d'adresses s'impose, la sélection pouvant être effectuée en fonction de nombreux critères (p. ex. selon les salons de coiffure). Le tableau ci-après illustre les avantages et les inconvénients des différents modes d'acquisition.
3. **Prenez contact avec le fournisseur d'adresses et décrivez votre groupe-cible le plus précisément possible.** Utilisez pour votre demande nos modèles pour la location d'adresses de consommateurs et de sociétés. Le portail de branche Kö vous propose une liste de fournisseurs d'adresses sur www.koe.ch, à la rubrique marketing direct.

Location d'adresses auprès d'éditeurs (adresses propres d'un éditeur d'adresses)

Mode d'acquisition	- éditeurs d'adresses
Avantages	- qualité élevée - nombreux critères de sélection possibles
Inconvénients	- une seule utilisation - relativement cher
Applicabilité	- convient à toutes sortes d'adresses. La prudence est recommandée en cas de mention d'acheteurs par correspondance. Parfois, les abonnés aussi sont définis comme tels

Location de listes d'adresses

Mode d'acquisition	- courtier de listes d'adresses (société s'occupant de listes) - propriétaires de listes
Avantages	- grande affinité lors du choix de la bonne liste (voir applicabilité) - nombreuses listes d'acheteurs par correspondance disponibles - sélection possible en fonction de la date ou de la périodicité des achats (achats multiples)
Inconvénients	- taux de retours quelque peu plus élevés que pour les autres adresses de location - souvent, utilisation plus fréquente des mêmes listes par des tiers - possibilités de sélection moins nombreuses - une seule utilisation
Applicabilité	- possibilité d'atteindre des taux de réponses élevés lorsque l'assortiment ou le groupe-cible du propriétaire et du locataire d'adresses sont similaires

Leasing d'adresses

Mode	- d'acquisition éditeur d'adresses
Avantages	- qualité élevée - nombreux critères de sélection possibles - utilisables à volonté pendant une durée déterminée - toujours d'actualité
Inconvénients	- relativement cher
Applicabilité	- utilisation répétée des mêmes adresses

Achat d'adresses

Mode	- d'acquisition éditeur d'adresses
Avantages	- qualité élevée - nombreux critères de sélection possibles en fonction de la source - utilisables à volonté - les adresses sur CD-ROM sont souvent très avantageuses
Inconvénients	- suivi et mise à jour nécessaires après la première utilisation - seuls quelques critères disponibles pour les adresses sur CD-ROM
Applicabilité	- lorsque le groupe-cible peut être fortement circonscrit (p.ex. certaines branches, les 1000 premières entreprises de Suisse, etc.)

Echange d'adresses

Mode	- d'acquisition partenaires - concurrents et acteurs de marché de branches apparentées
Avantages	- pour la plupart, les listes ne sont pas souvent utilisées par des tiers - grande affinité lors du choix de la bonne liste (voir applicabilité)
Inconvénients	- qualité parfois insuffisante - les clients doivent avoir donné leur accord pour la communication de leurs adresses à des tiers
Applicabilité	- lorsque l'assortiment ou le groupe-cible du propriétaire et du locataire d'adresses sont similaires - idéal pour les sociétés possédant une propre base d'adresses intéressantes - en cas de bonne volonté, possibilité de prêter ses propres adresses

Copie d'adresses librement disponibles

Mode	- d'acquisition annuaire électronique - annuaire de branche
Avantages	- grande actualité postale - gratuit
Inconvénients	- peu de possibilités de sélection - incomplétude en raison de la levée de l'obligation d'inscrire son numéro de téléphone
Applicabilité	- lorsque, hormis l'adresse, aucun autre critère de sélection n'est nécessaire

Vous pouvez acquérir des adresses par d'autres mesures de communication. Reportez-vous à notre astuce: "Acquisition de nouveaux clients: 10 astuces pratiques".

Mais qu'est-ce donc qu'une bonne adresse?

Les bonnes adresses doivent remplir les critères suivants:

- **Actualité.** Les adresses dépassées ont pour conséquence des retours nombreux et donc des frais inutiles.
- **Libellé correct.** Toute erreur dans l'adresse affecte votre crédibilité. Votre mailing a peu de chance d'être lu.
- **Bonnes possibilités de sélection ou description claire de la liste.** Vous devez vous assurer de n'utiliser, dans la mesure du possible, que les adresses de vos personnes-cibles.
- **Formatage approprié.** Les adresses doivent être formatées de telle façon qu'elles puissent être comparées sans problèmes avec d'autres bases d'adresses et préparées pour un tri éventuel par circoncriptions (Exemples: libellé, prénom et nom dans des champs séparés, rues en toutes lettres, etc.).
- **Informations supplémentaires.** En fonction de l'utilisation prévue, il peut être important d'obtenir le numéro de téléphone ou l'adresse e-mail en plus de l'adresse.

Attention aux adresses de mauvaise qualité

N'utilisez que les adresses de fournisseurs que vous connaissez ou qui sont connus sur le marché. La qualité des adresses ne peut être vérifiée qu'après l'envoi, d'après le nombre des retours. Avant l'envoi, il est toujours recommandé de procéder par un test sur un échantillon de population. Comparer avec l'annuaire téléphonique.

Comparaison: un investissement judicieux

Une comparaison d'adresses est recommandée lorsque plusieurs listes d'adresses sont utilisées. Des mailings envoyés à double n'occasionnent pas seulement des coûts inutiles, ils énervent aussi les destinataires. Lors de la comparaison, en outre, vous avez la possibilité de supprimer les adresses non désirées (fichiers Robinson ou Nixie).

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