

# Astuce de MD

## location de listes d'adresses



**Pour la plupart des entreprises, l'acquisition de nouveaux clients est constamment à l'ordre du jour. L'utilisation d'adresses d'autres entreprises représente un moyen de renforcer ou d'élargir sa clientèle, en particulier si le groupe-cible est similaire ou si l'offre est complémentaire.**

Le saviez-vous? En sélectionnant soigneusement vos listes, vous pouvez réaliser de très bons taux de réponses. Car les personnes-cibles ne sont pas choisies en fonction de critères connus comme l'âge, le domicile, etc., mais sur la base de leur comportement d'achat. Malheureusement, toutes les branches ne proposent pas des listes à louer. La plupart des listes d'adresses proviennent de maisons de vente par correspondance ou de maisons d'édition de périodiques. Quant aux listes d'adresses de sociétés, elles sont peu utilisées.

### Exemples pratiques

Pour illustration, voici deux exemples pour lesquels la location de listes d'adresses peut s'avérer payante:

- vous souhaitez promouvoir la vente directe de vos spécialités gastronomiques. Votre groupe-cible se compose plutôt de particuliers d'un certain âge, de sexe féminin et provenant de milieux ruraux. Un groupe-cible analogue peut être trouvé auprès d'une maison de mode par correspondance. Qui plus est, cette clientèle a l'habitude de commander par poste;
- vous voulez commercialiser des soins corporels aux algues marines. Les clients d'un hôtel de cure ont beaucoup d'affinité avec vos produits.

Marche à suivre lors de la location de listes d'adresses	Responsable CL = courtier de listes MT = mandant	Nombre de jours de travail	
		Par étape	Total
Evaluer le courtier de listes/le fournisseur d'adresses (sources: International AddressGuide ou www.koe.ch)	MT	5	5
Briefer le courtier de listes afin de définir les points suivants: - groupe-cible souhaité (description aussi exacte que possible) - tirage(s) net(s) souhaité(s) - nombre des différentes listes préférences - comportement d'achat: date du dernier achat ou fréquence des achats (ce critère n'est pas proposé par tous les propriétaires de listes) - intégration de listes-tests en vue d'opérations successives oui/non - utilisation des adresses propres oui/non - comparaison oui/non (en cas d'utilisation de plusieurs listes, p. ex. une liste propre et une liste de tiers, une comparaison est toujours indiquée) - comparaison avec des adresses Nixi (non valables) et Robinson (adresses de personnes ne désirant plus recevoir aucune forme de publicité) - budget de location d'adresses - type de livraison - date de livraison	MT	1	6
Le courtier de listes d'adresses recherche les listes d'adresses correspondantes et vous soumet son offre.	CL	3	9

Vérifier les listes recommandées. Se poser les questions suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- le profil souhaité est-il en accord avec le profil de la liste? Demander éventuellement des prospectus publicitaires au propriétaire de listes afin de vérifier si l'offre et la composition correspondent au groupe-cible visé.</li> <li>- combien de fois les adresses ont-elles été utilisées?</li> <li>- quels taux de réponses ont été obtenus par le passé?</li> <li>- les adresses ont-elles été bien mises à jour?</li> <li>- expérience faite, à quel taux de retours faut-il s'attendre?</li> <li>- comment les données sont-elles formatées? Une comparaison avec ses propres adresses est-elle possible, p. ex? La structure des données permet-elle un triage par fichiers de circonscriptions?</li> <li>- quel est le mode de facturation (important: lorsque plusieurs listes sont comparées, le risque de chevauchements est d'autant plus grand)? Exemple: 80% au moins des adresses sont facturées, quel que soit le nombre d'adresses supprimées lors de la comparaison.</li> <li>- quel est le prix?</li> <li>- quels sont les coûts de fourniture?</li> </ul>	MT	2	1 1
Le courtier de listes d'adresses répond à vos questions et vous fait parvenir, au besoin, un échantillon de mailing du propriétaire de listes.	CL	2	1 3
Demander év. une nouvelle sélection de liste	MT	2	1 5
Le courtier de listes d'adresses se met à rechercher d'autres listes appropriées et vous soumet une offre	CL	3	1 8
Vérifier les nouvelles recommandations d'adresses	MT	2	2 0
Le courtier répond à vos questions	CL	2	2 2
Commande des listes	MT	2	2 4
Confier à un tiers le travail de comparaison, en définissant les points suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilisation d'une liste négative Nixi oui/non</li> <li>- utilisation d'une liste négative Robinson oui/non</li> <li>- priorités de comparaison (exemple: les adresses propres sont prioritaires, elles ne sont pas modifiées lors de la comparaison; la liste avec le taux de facturation le plus élevé vient en deuxième position, et ainsi de suite)</li> <li>- codes publicitaires</li> <li>- triage par fichiers de circonscriptions oui/non</li> <li>- exigences quant au format d'expédition</li> <li>- indications concernant la préparation des données (détermination des champs)</li> </ul>	MT	2 (en parallèle)	2 4

Le courtier de listes se procure les adresses	CL	10	3 4
Préparation et livraison des adresses propres (en cas de comparaison)	MT	10 (en parallèle)	3 4
Le courtier se charge de la comparaison	CL	8	4 2
Le courtier livre les adresses	CL	1	4 3

Ce calendrier a été calculé au plus juste.

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)