

Astuce de MD

Journées commémoratives: de vraies mines d'idées publicitaires



Halloween, fête des Mères, Saint-Valentin: beaucoup d'entreprises tirent parti de ces jours spéciaux pour proposer des offres particulières. Pourquoi ne pas choisir une journée commémorative moins connue, fêtée par les institutions nationales ou internationales ou encore les associations, et vous en servir pour votre prochaine opération de dialogue? Vous verrez, c'est un jeu d'enfant: voici nos astuces.

Travail de presse: les journées d'actions sont mentionnées dans la plupart des médias d'actualités. Tirez-en parti et rédigez un communiqué de presse à cette occasion. Indiquez ce que votre entreprise a à voir avec cette action, comment vous fêtez ou appréhendez ce jour particulier, ce que vos clients peuvent attendre de vous. Envoyez votre article aussi bien aux éditeurs des journaux locaux qu'à ceux des périodiques spécialisés et, bien entendu, diffusez-le sur Internet.

Décoration de vitrine. Disposez-vous d'une vitrine? En ce cas, la journée commémorative vous fournit mille idées de décoration. Pour la journée de l'Afrique, par exemple, vous pouvez puiser vos idées de déco sur tout le continent. La journée du jardin, de la navigation ou de la musique sont autant de mines d'idées visuelles pour une décoration «décoiffante».

Offre de prestation. La journée commémorative peut également servir d'accroche idéale pour mettre en avant certaines parties de votre assortiment – par exemple, les articles pour tous petits à l'occasion de la journée mondiale de l'enfance.

Offres promotionnelles. La journée d'action est une bonne opportunité pour lancer une promotion – au mieux, limitée dans le temps.

Coopérations et events. Trouver une relation directe avec une journée commémorative n'est pas toujours facile. C'est pourquoi la coopération avec un autre partenaire est une solution à envisager. Exemple: coopérer avec un magasin de musique pour des idées de décoration à l'occasion de la journée de la musique. Pas besoin pour autant de se limiter à la décoration. Pourquoi ne pas proposer également une manifestation musicale dans vos locaux commerciaux? Ou, si vous coopérez avec des partenaires pour la journée des musées ou la journée des parcs et jardins, pourquoi ne pas offrir, respectivement, des invitations aux musées pour la date correspondante ou des concours en plein air?

Parrainage. De nombreuses journées d'actions sont consacrées à des minorités sociales, des maladies ou des problèmes de société. Devenez sponsor et soutenez les installations: vous aurez ainsi toutes les chances d'attirer l'attention. Votre mesure de parrainage ou votre don vous garantira presque infailliblement un article dans la presse locale. Et même si vous décidez de soutenir une cause qui vous tient personnellement à cœur en tant qu'entrepreneur, votre action ne saurait manquer de recevoir une mention.

Exemple pratique: Skoda encourage les enfants à lire

C'est une idée bien inhabituelle qu'a eue Skoda Automobile: promouvoir la lecture chez les enfants. Des auteurs sont ainsi invités à faire la lecture dans les garages participant à l'action. Partenaire: la fondation allemande Lesen (lire).

Conclusion

Il y a les occasions publicitaires comme la Saint-Valentin ou Noël dont tous tirent parti. Mais si tout le monde est sur le coup, comment affirmer son individualité? Mieux vaut donc chercher et trouver ses propres idées.

A propos: toutes les fêtes officielles et les vacances scolaires de 20 pays européens figurent sur le «International HolidayCalendar 2009 for Direct Marketing» de Swiss Post International. Le «DirectCalendar» vous donne quant à lui un aperçu complet des manifestations les plus importantes de Suisse – jours fériés et vacances scolaires inclus.

DirectCalendar

Commander gratuitement
www.post.ch/directcalendar

International HolidayCalendar

Commander gratuitement ou consulter interactivement
<http://holidaycalendar.swisspost.com>

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