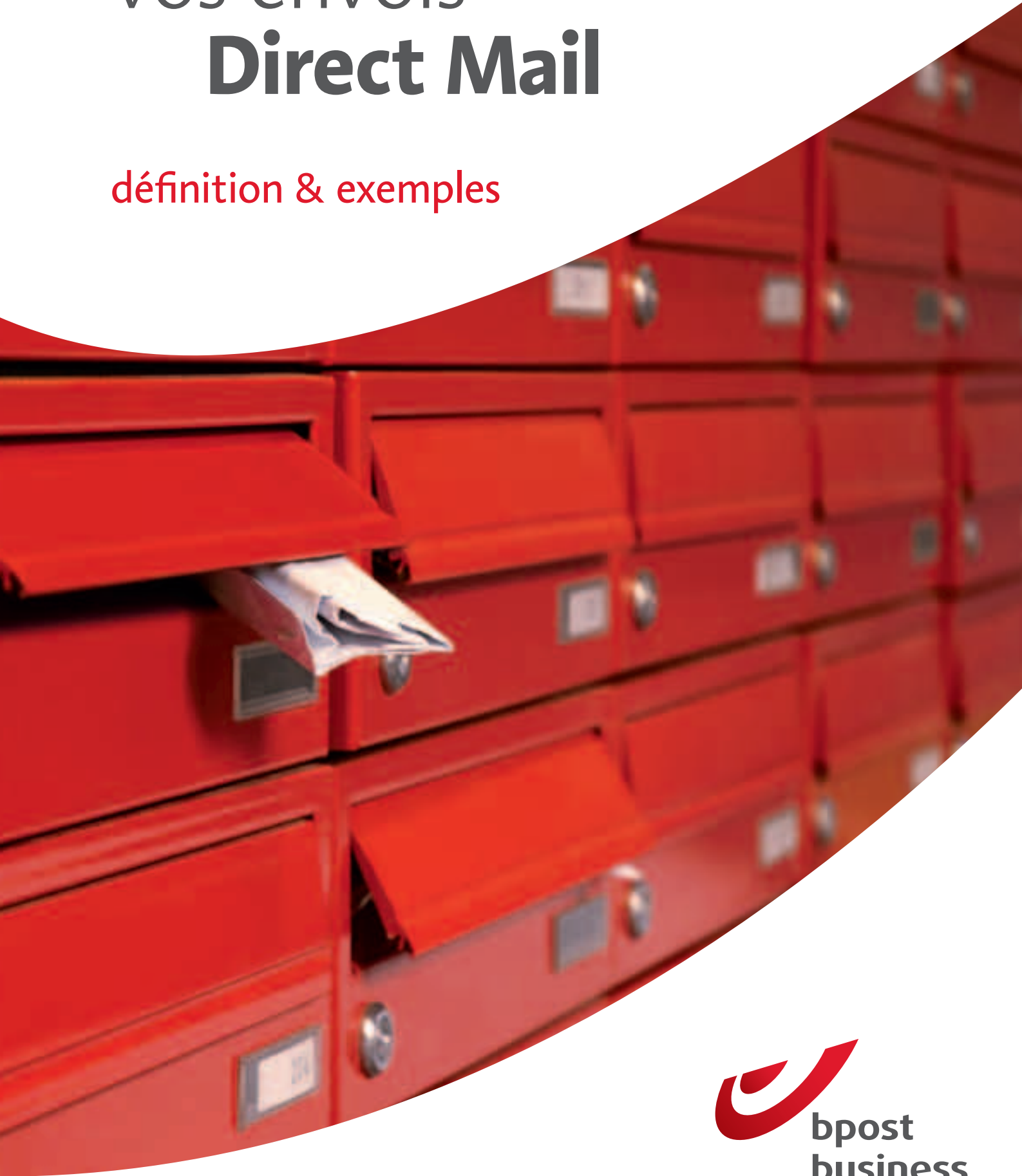


vos envois **Direct Mail**

définition & exemples



Le Direct Mail, un outil **efficace** à un tarif **avantageux** ...

Un outil efficace, c'est prouvé

Vous avez décidé d'utiliser le Direct Mail comme média de communication. Et vous avez bien fait!

Le **Direct Mail** est un média efficace, c'est prouvé. **78% des courriers publicitaires adressés** sont ouverts et **1 minute et 52 secondes** d'attention est accordée en moyenne à chaque courrier... Le Direct Mail vous permet réellement d'augmenter le retour sur investissement de vos campagnes. C'est un contact direct, personnalisé, qui motive votre cible à réagir.

Voilà pourquoi bpost veut promouvoir ce média et vous propose un tarif¹ avantageux pour les envois Direct Mail. Pour en bénéficier, le contenu de votre envoi doit répondre à l'une des trois catégories décrites ci-contre.

Sa définition

Le Direct Mail est un **envoi, non obligatoire, adressé nominativement** à un nombre de citoyens ou de clients et prospects. En tant qu'instrument de communication direct, son objectif est de persuader d'acheter ou de consommer un ou plusieurs produits ou services, ou encore d'agir dans un intérêt général, dans un contexte où les destinataires ont la **totale liberté**, hors de toute contrainte légale ou contractuelle, d'agir dans ce sens ou non.

Les caractéristiques des envois Direct Mail

- > Les envois Direct Mail doivent être du **même expéditeur², de même poids, de même format, pour une même action** et **envoyés** à un **nombre significatif de personnes³**.
- > Le contenu de personnalisation **correspond aux critères du Direct Mail décrits dans cette brochure**. Les envois Direct Mail répondant à l'ensemble de ces critères pourront être déposés sous un seul et même dépôt.

Le respect de ces conditions sera vérifié lors du dépôt de vos envois.

Pour vous assurer un dépôt sans souci, veillez à bien respecter ces conditions et à donner 2 spécimens lors de la vérification de votre dépôt.



En cas de contradiction avec ce qui est indiqué dans le présent document, les règles qui primeront seront :

les dispositions des conditions générales applicables au service concerné, le Guide MassPost et la réglementation postale.

¹ Retrouvez nos informations tarifaires sur www.bpost.be/tarifs.

² «Expéditeur» signifie «toute personne physique ou morale qui est à l'origine du message adressé aux destinataires».

³ 500 envois pour les envois déposés en (Hyper)Centre MassPost.

exemples⁴

d'envois Direct Mail

1

Les communications à caractère commercial ou promotionnel

Objectif promotionnel

- › L'envoi promotionnel contenant un échantillon gratuit
- › L'envoi de bons de réduction, de bons d'achat et/ou de chèques-cadeaux, non échangeables en espèces
- › L'envoi de courriers de prospection émanant, par exemple, d'institutions financières pour la promotion de nouveaux services financiers (assurance, crédit...)
- › L'envoi spontané à titre gratuit d'un bon de participation à un tirage, un concours ou une tombola
- › L'envoi de courriers destinés à générer du trafic sur un point de vente (magasin, site Internet)
- › L'envoi de courriers contenant un mot de passe, login ou code d'accès à un site Internet, dans le cadre d'information et/ou d'actions promotionnelles (sans accéder à des informations personnalisées ni de gestion)

Objectif commercial ou d'incitation à l'achat

- › L'envoi de catalogues (envoyés gratuitement et de manière proactive par l'expéditeur)
- › L'envoi d'invitations à une journée portes ouvertes

Objectif de fidélisation

- › L'envoi de cartes de fidélité obtenues gratuitement et sans option de paiement ni de crédit
- › L'envoi d'invitations gratuites à un salon, une exposition, une foire commerciale...
- › Les propositions de participation à des programmes de fidélité, ainsi que l'envoi d'une carte de fidélité ou d'un décompte de points accumulés dans le cadre de programmes gratuits de pure fidélité et sans option de paiement/crédit

Objectif de marketing

- › L'envoi de questionnaires dans le cadre d'une étude de marché ou d'enquête de consommation
- › L'envoi de messages ayant pour objet la collecte de dons sans engagement

2

Les communications promotionnelles d'intérêt général

Objectif d'information générale

- › Campagnes de médecine préventive (mammographie, journée sans tabac)
- › Campagnes de promotion pour les économies d'énergie
- › Campagnes de sécurité routière
- › Campagnes de sensibilisation au recyclage, avec un sac de collecte joint gratuitement à l'envoi

3

Les magazines de type «bulletin d'information»

- › Bulletin communal
- › Newsletter ou magazine d'entreprise envoyé à l'attention des employés
- › Bulletin d'information envoyé aux membres d'une association

⁴ Sous réserve du respect des principes généraux détaillés dans cette brochure ainsi que dans les conditions générales. Cette liste d'exemples est non exhaustive. En cas d'hésitation, téléphonez au **02 201 11 11**.

les envois suivants ne sont pas considérés comme des envois⁵ Direct Mail... mais peuvent également bénéficier, sous certaines conditions, d'un des tarifs Lettres⁶ avantageux

Envois contenant une communication obligatoire en vertu de la loi ou d'un contrat

Obligation en vertu de la loi

Exemples :

- > L'envoi d'attestations fiscales et de formulaires de déclaration fiscale
- > L'envoi d'une invitation au contrôle technique
- > L'envoi d'un procès-verbal de la police
- > L'envoi des avis de pension ou de carte SIS

Obligation contractuelle

Exemples :

- > L'envoi des cartes vertes/grises
- > L'envoi de lettres annonçant des changements liés à des produits ou des services, si les modifications impactent les conditions contractuelles, comme l'annonce de l'indexation des prix
- > L'envoi des demandes de paiement pour une assurance incendie ou une facture
- > L'envoi des invitations de paiement de provision, cotisation ou primes
- > L'envoi de rappels de paiement ou de relevés financiers

Envois faisant suite à une vente de produits ou de services

Exemples :

- > L'envoi de Digipass, Pincode ou vignettes de mutuelle
- > L'envoi de documents faisant référence à un montant précis et personnalisé tel que le montant d'une commande passée, à une réserve de crédit ou à un montant de don acquitté
- > L'envoi des formulaires de relevé de compteur (eau, gaz ou électricité)
- > L'envoi des confirmations de commande
- > L'envoi de cartes d'adhésion ou d'accès obligatoires pour accéder à un club sportif, culturel, une association, un magasin, un parti ou un syndicat
- > Les courriers envoyés dans le cadre de programmes de fidélité non exclusivement gratuits et/ou incluant des facilités de paiement/credit et l'envoi de cartes de fidélité relatives à de tels programmes
- > L'envoi de cartes donnant accès à des droits sociaux ou contractuels (carte d'assurance complémentaire, etc.)

Envoi contenant des documents de valeur à des clients, membres, employés

Exemples : chèques-repas, chèques-vacances.

Envoi d'une communication informative non promotionnelle

Exemples :

- > L'envoi d'attestations médicales
- > L'envoi de résultats d'examens ou de rapports scolaires
- > L'envoi de numéros de cartes bancaires ou de numéros d'immatriculation
- > L'envoi de communications communales relatives à des travaux publics

Remarque

Le contenu de votre envoi lui permet de rentrer dans la catégorie «Direct Mail»? Cependant, il contient également des données ou des informations propres aux envois considérés comme «Lettre»? Il sera alors considéré comme un envoi de type «Lettre».

⁵ Sous réserve du respect des principes généraux détaillés dans cette brochure ainsi que dans les conditions générales. Cette liste d'exemples est non exhaustive. En cas d'hésitation, téléphonez au **02 201 11 11**.

⁶ L'envoi de Lettres peut, dans certains cas, bénéficier de tarifs plus avantageux que les tarifs (non) Prior. La définition des envois «Lettres» est plus large que les champs délimités par la liste non exhaustive d'exemples cités ci-dessus. Pour plus d'informations, n'hésitez pas et contactez votre Account Manager ou notre Service Centre au **02 201 11 11**.

les possibilités de **personnalisation** pour le Direct Mail

Le Direct Mail regroupe trois catégories distinctes :

1

Les communications à caractère commercial ou promotionnel

Communication ayant un objectif de **prospection commerciale**, de **fidélisation** de la clientèle et/ou **d'information** sur des produits et services, sans obligation de la part du destinataire et/ou de l'expéditeur.

Cette catégorie de Direct Mail vous offre une grande liberté de personnalisation afin d'augmenter l'impact de vos campagnes. Envois adressés de contenu identique, à l'exception des champs de **personnalisation** listés ci-dessous, et qui ont pour but **d'améliorer le ciblage** d'une même campagne de marketing direct.

Les possibilités de personnalisation

- Les identifiants, (pré)nom, adresse, nom de société, date de naissance et e-mail
- Le secteur d'activité, la localité et la date de l'envoi
- Le nom et le titre du signataire
- La date, l'heure, la localisation d'une manifestation commerciale ou promotionnelle
- Le code d'accès à un site Internet dans le cadre exclusif et temporaire d'une action de promotion
- Les points obtenus dans le cadre d'une action de fidélisation (points non échangeables en espèces)
- Un montant numéraire personnalisé qui permet au destinataire d'atteindre un objectif précis d'achats ou de dons, identique pour tous les destinataires
- Les numéros d'identification tels que les numéros de téléphone, de carte, de contrat ou de client, qui permettent l'identification du destinataire en tant que personne
- L'accroche promotionnelle (formulation de textes, couleurs et ou images adaptées selon la cible, sans modifier la nature du message principal)

2

Les communications promotionnelles d'intérêt général

Communication **non commerciale** et facultative, dans un but de promotion d'intérêt général, **destinée au grand public**. L'objectif est informatif et a pour but de modifier le comportement ou d'inciter à l'action.

Envois adressés de **contenu identique, à l'exception du nom, de l'adresse et du numéro d'identification du destinataire**.

3

Les magazines de type «bulletin d'information»

Communication facultative véhiculant un **message informatif**, essentiellement non commercial, envoyé à un **groupe restreint de destinataires** associés à l'expéditeur (tels que des collaborateurs ou affiliés).

Envois adressés de **contenu identique, à l'exception du nom, de l'adresse et du numéro d'identification du destinataire**.

1, 2, 3 : insertion de contenu (personnalisé ou non) autorisé : les coupons gratuits, les échantillons/bons sans valeur monétaire, les cartes de fidélité gratuites

envie d'en savoir plus ? **contactez-nous !**

-  Appelez votre **Account Manager**
-  Appelez notre Service Centre au **02 201 11 11**
-  Contactez-nous par e-mail à l'adresse suivante :
service.centre@bpost.be

