

# DATAGRAMME

## GRÂCE AU PUBLIPOSTAGE, LES ANNONCEURS ACCUEILLENENT DE MEILLEURS RÉSULTATS



Le publipostage distance les autres canaux de marketing direct, notamment depuis 2017.

Source : ANA et DMA. *Response Rate Report*, 2018

### PARAMÈTRES COURANTS DU TAUX DE RÉPONSE



**53 %**  
Suivi en ligne



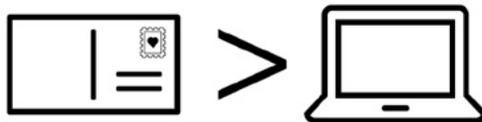
**45 %**  
Codes ou coupons



**41 %**  
Appels téléphoniques

Source : ANA et DMA. *Response Rate Report*, 2018

**55 %** C'est le taux de tests neuroscientifiques où la carte postale l'a emporté sur le courriel.



Source : USPS Office of Inspector General. *Enhancing the Value of Mail: The Human Response*, 2015

### UN MÉDIA PERSUASIF

L'article de publipostage suscite une motivation

**20 %** PLUS ÉLEVÉE  
qu'un message numérique

Source : Postes Canada. *Parti pris pour l'action*, 2015

**5 À 9x** PLUS ÉLEVÉ

Le taux de réponse d'un publipostage dépasse considérablement celui d'un courriel, d'un référencement payant ou d'un média social.

Source : ANA/DMA. *Response Rate Report* 2018

**12,4 %**  C'est le taux de réponse au publipostage chez les adultes de 18 à 21 ans.

Source : Direct Marketing Association. *Response Rate Report*, 2017



**3x** PLUS ENCLINS

Les donateurs qui reçoivent un article de publipostage sont trois fois plus enclins à faire un don en ligne que ceux qui sont uniquement sollicités en ligne.

Source : [mobilecause.com/direct-mail-fundraising](http://mobilecause.com/direct-mail-fundraising)

### LE PUBLIPOSTAGE INCITE À L'ACTION. APRÈS AVOIR REÇU UN ARTICLE DE PUBLIPOSTAGE



**64 %**  
des gens ont visité un site Web



**47 %**  
ont visité un magasin



**54 %**  
ont interagi sur les médias sociaux

Sources : La Poste Suisse, 2014; Royal Mail, 2015

