

Actualités

Stora Enso a publié un article intitulé [Consumers Rely on Print](#) (Les consommateurs font la part belle à la publicité écrite). Dans cet article, il est indiqué que, selon l'Association of National Advertisers, le publipostage est plus onéreux que le marketing numérique, mais le taux de réponse est six fois plus élevé que pour les canaux numériques.

MarTech, une revue en ligne, a publié un article intitulé [The One Two Punch: How direct mail marketing complements digital outreach](#) (Marketing direct et communication numérique: la combinaison gagnante). Selon cet article, il est plus important que jamais d'avoir le publipostage parmi l'ensemble de vos moyens de marketing. Il est aussi indiqué que Google et Amazon utilisent le publipostage dans le cadre de leur stratégie d'acquisition de nouveaux clients.

Dans l'article intitulé [How to Ensure the Resurgence of Direct Mail Doesn't Damage your Brand](#) (Comment veiller à ce que la résurgence du publipostage ne porte pas préjudice à votre marque), il est indiqué que 42% des ménages au Royaume-Uni estiment que le publipostage est à présent plus pertinent et qu'il constitue un moyen de marketing efficace. Il est donc important que les marques mettent en œuvre les meilleures pratiques en matière de ciblage, autrement le terme «courrier poubelle» fera un retour en force.

L'offre promotionnelle [2019 Mobile Shopping Promotion](#) du Service postal des États-Unis d'Amérique vise les entreprises et les expéditeurs de courrier qui proposent des produits à la vente pendant la période très chargée des fêtes. Compte tenu de l'influence de la technologie mobile sur le monde du marketing, cette offre promotionnelle encourage les expéditeurs à combiner technologie mobile et publipostage pour permettre aux consommateurs de faire leurs achats en ligne de manière pratique.

L'Assemblée générale du [Forum pour le développement du marketing direct](#) (FDMD) s'est tenue à Berne le 16 octobre 2019. Trois exposés ont été présentés sur le thème «Meilleures pratique/innovation en matière de marketing direct». Ces exposés peuvent être consultés sur les pages du site Web de l'UPU consacrées au FDMD, sous la rubrique «[Conférences](#)».

Les débats de l'Assemblée générale du FDMD ont également porté sur les thèmes suivants:

- séminaire 2020 du FDMD – prévu provisoirement à Berne pour une durée de trois jours en mai 2020 (audience cible: responsables du marketing direct auprès des opérateurs postaux et directeurs de marketing);
- enquête du FDMD: résultats préliminaires et Panorama mondial – publication durant l'été 2020;
- cours de formation en ligne de l'UPU sur le marketing direct et numérique – janvier 2020;
- projet de plate-forme pour le marketing direct – 2020.

Recherche en marketing direct

L'étude [BALmétrie 2019](#) a été publiée. Cette étude a pour objet d'améliorer l'évaluation de la communication par l'intermédiaire des boîtes aux lettres en France. Les principales conclusions étaient que les imprimés publicitaires sont plus importants que jamais en tant que moyen de choix pour la vente et qu'il existe un lien fort avec le courrier. (français)

PFL et Demand Metric ont mené une enquête dont les résultats indiquent que la [modernisation du publipostage permet d'améliorer les résultats des activités de marketing, en ligne et hors ligne](#). Les résultats indiquent aussi que, selon 80% des spécialistes en marketing, le publipostage améliore les résultats des activités utilisant divers canaux.

NAPCO Research a mené une étude approfondie sur la manière dont la [personnalisation repousse les limites du publipostage](#).

International Post Corporation a publié les principales conclusions de l'enquête 2018 sur la clientèle du commerce électronique transfrontalier ([Cross-Border E-Commerce Shopper Survey 2018](#)). Cette enquête vise à présenter les tendances mondiales et les moteurs du commerce électronique transfrontalier du point de vue des consommateurs en ligne.

Outils utiles

Le dernier numéro de la [revue phare de l'UPU](#), *Union Postale*, est désormais disponible en ligne, en anglais et en français.

Le Forum de l'UPU pour le développement du marketing direct (FDMD) mène à nouveau l'enquête sur les produits et services de marketing direct et numérique. Les résultats de 2017 sont toujours accessibles sur les pages du site Web de l'UPU consacrées au FDMD sous le lien [Enquête sur les produits et services de marketing direct et numérique](#). Seuls les rapports individuels des pays dont les opérateurs désignés compétents ont donné leur consentement sont mis à disposition.

Le [Guide du marketing direct et numérique pour les pays en développement et les pays les moins avancés](#) peut être téléchargé gratuitement (disponible en anglais et en français).

Le FDMD a créé le groupe LinkedIn [UPU – Postal Direct Marketing](#) (rendez-vous visite sur LinkedIn). Ce groupe vise à diffuser des exemples, des pratiques exemplaires, des études de cas et des données en matière de marketing direct postal. Rejoignez-nous et contribuez - c'est gratuit !!

Événements

19–21 février 2020, Bruxelles, Belgique – [Shaping the Future of Print](#)

23–24 mars 2020, Copenhague, Danemark – [Post and Parcel Summit](#)

12–13 mai 2020, Hambourg, Allemagne – [Online Marketing Rockstars Festival](#) (OMR)

23-24 juin 2020, Washington, D.C., États-Unis d'Amérique – [Postal Vision 2020](#)

13-15 octobre 2020, Vienne, Autriche – [Post Expo 2020](#)

Qu'est-ce que le Forum pour le développement du marketing direct?

Le FDMD est un groupe rassemblant des opérateurs postaux désignés, des organisations sectorielles et des entreprises privées. Sa mission est de «stimuler le développement du marketing direct par l'intermédiaire de la poste, en positionnant les opérateurs désignés comme des canaux importants de marketing direct et en contribuant au développement économique et commercial par l'approfondissement de la connaissance du marché et le renforcement du savoir-faire des parties intéressées à tous les niveaux». Si vous n'êtes pas encore membre du FDMD et si vous souhaitez travailler avec l'[UPU](#) pour contribuer à la mission du FDMD, veuillez remplir la demande d'adhésion en cliquant [ici](#).

Toute personne souhaitant recevoir le bulletin du FDMD peut s'abonner en cliquant [ici](#). Si vous ne souhaitez plus recevoir le bulletin, veuillez cliquer [ici](#) pour vous désabonner.

Contactez-nous

[M. Olivier Boussard](#)

Coordonnateur
Programme «Mobilisation des ressources
et engagement des acteurs extérieurs»
Téléphone: +41 31 350 33 80
Télécopie: +41 31 350 31 10

[Mme Abby Bossart](#)

Assistante de programme
Marketing direct
Téléphone: +41 31 350 35 93
Télécopie: +41 31 351 02 66

