

GUIDE DE PUBLIPOSTAGE

RESTAURANTS À SERVICE RAPIDE

Un guide complet pour le ciblage, la conception, le texte publicitaire, les offres et le RCI (Retour Sur Investissement)



Pâte fraîche, faite à la main, sauce maison et fromage mozzarella.

Pâte fraîche, faite à la main, sauce maison et fromage mozzarella

	8"	10"	12"	14"	16"
La NAPOLITAINE	10.99	12.99	17.99	20.99	23.99
Généraliment garnie de fromage					
La PEPPERONI	10.99	12.99	17.99	20.99	23.99
Pepperoni et fromage					
La NEW-YORKAISE	10.99	12.99	17.99	20.99	23.99
Recouvert de pepperoni					
La BACON	12.99	14.99	21.99	24.99	29.99
Abondamment recouverte de bacon					
La QUEBÉCOISE	11.99	13.99	19.99	22.99	26.99
Pepperoni et bacon					
La TOUTE GARNIE	11.99	13.99	19.99	22.99	26.99
Pepperoni, poltron vert, champignons					
La PMSLY STEAK	12.99	14.99	21.99	24.99	28.99
Steak, champignons					
	10.99	12.99	17.99	20.99	23.99
	12.99	14.99	21.99	24.99	29.99
	12.99	14.99	21.99	24.99	29.99
	14.99	21.99	24.99	29.99	
	14.99	21.99	24.99	29.99	
	12.99	14.99	21.99	24.99	29.99
	12.99	14.99	21.99	24.99	29.99
	14.99	21.99	24.99	29.99	
	14.99	21.99	24.99	29.99	

PROMOTIONS



Spéciaux du dimanche au jeudi

2x pizza W*, 1 Grande Frite, 2 L. Liqueur	48.99\$
Bambino, Frite Big., Breuvage 500ml	54.99\$
2 poutines, 2 Breuvages 500ml	19.99\$
Sous-Marin 7" gratuit, à l'achat d'un 14"	19.99\$
2 Spags-Pizza 8"	

Menu COMBO

Calzone et frites (rég.)	14.950
2 Sous-marin 7 frites (rég.)	16.950
2 Hot-dog sautés, frites (rég.)	10.950
Pizza 10", 8 ailes de poulet, frites (rég.)	16.950
2 Pizzas bambino avec frites (rég.)	20.950
Assiette Calzone pepperoni et Spaghetti à la viande	

50% de rabais
sur la 2e pizza moy.

TABLE DES MATIÈRES

Définition du publipostage direct	4
Le publipostage direct, ça marche?	5
Restaurants à service rapide	6
Restaurant familial	7
Service complet (chinois / indien) et cuisine mondiale	8
Service complet - Livraison	9
Pourquoi choisir Groupe Média Réponse Directe et Postes Canada	10
Concevoir votre publicité	11
Créer votre texte publicitaire	12
Optimiser votre offre	13
Trouver vos clients idéaux	15
Utiliser la bonne fréquence	16
Suivre vos campagnes	17
Choisir votre format	18
Évaluer votre RCI (Retour Sur Investissement)	19

BALAYEZ ICI POUR VOIR DES EXEMPLES



DRMG

DÉFINITION DU PUBLIPOSTAGE DIRECT

Toute stratégie de marketing moderne véritablement compréhensive doit intégrer le publipostage direct. Mais qu'est-ce que le publipostage direct exactement et comment fonctionne-t-il?

QU'EST-CE QUE LE MARKETING PAR PUBLIPOSTAGE DIRECT?

Le marketing par publipostage direct consiste à envoyer des visuels marketing (tels que des cartes postales, des brochures ou des lettres personnalisées) à un public ciblé via le courrier traditionnel. C'est une forme de marketing physique et tangible qui arrive directement entre les mains d'acheteurs et vendeurs potentiels.

COMMENT FONCTIONNE LE MARKETING PAR PUBLIPOSTAGE DIRECT?

Votre partenaire chez DRMG vous aidera à identifier le bon moment et l'auditoire le plus efficace à cibler. Le succès nécessite :



Une offre irrésistible



Un design accrocheur



Un texte publicitaire persuasif



Un appel à l'action percutant



De la répétition

DRMG Insight™



LE PUBLIPOSTAGE DIRECT, ÇA MARCHE? ABSOLUMENT!

Lorsque des clients potentiels reçoivent votre message par la poste, ils tiennent physiquement votre marque et vos promotions, les conservant souvent pour référence future. Des études démontrent constamment que le publipage direct reste l'un des canaux de marketing les plus fiables et qu'il affiche un retour sur investissement (ROI) élevé.

POURQUOI LE PUBLIPOSTAGE DIRECT EST-IL ESSENTIEL DANS LE MARKETING DE RESTAURANTS?

Le publipostage permet aux restaurants à service rapide de:

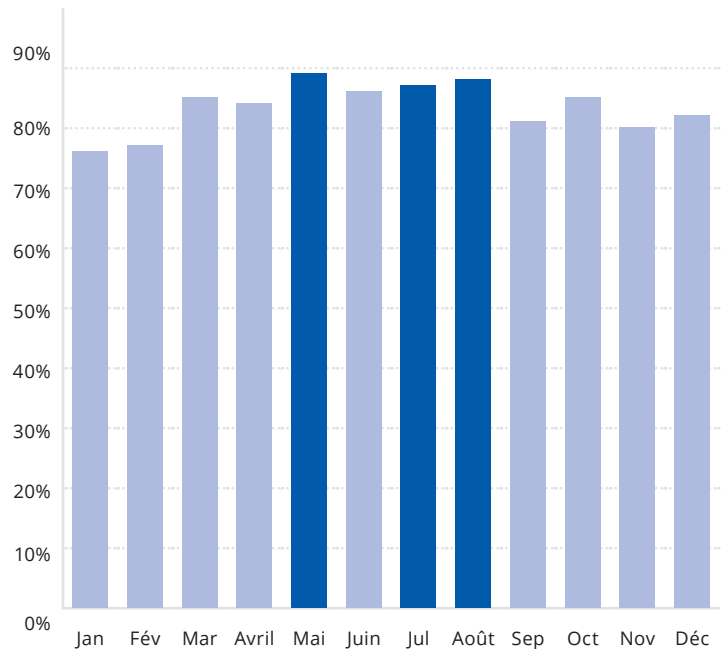
- **Cibler des quartiers ou des données démographiques spécifiques :** Atteindre les foyers les plus susceptibles de visiter votre établissement
- **Promouvoir de nouveaux éléments de menu, des offres spéciales ou des offres à durée limitée :** Attirer les clients avec des promotions opportunes et attrayantes.
- **Renforcer la reconnaissance de la marque et la fidélité :** Présenter vos offres uniques, les témoignages de clients ou votre engagement communautaire pour favoriser la confiance et la fidélité.



Budget annuel de publicité/marketing : 87 % des pizzerias consacrent 1 % de leurs revenus au marketing, tandis qu'environ 42 % dépensent entre 1 % et 2 %. Environ 28 % dépensent environ 3 % à 4 % de leurs revenus annuels.

Source : Rapport sur les tendances de l'industrie de la pizza en 2024. Pizzatoday.com. Web. Juil. 2024.

RESTAURANTS DE PIZZA - LIVRAISON



STATISTIQUES CLÉS

Mois	% des ventes annuelles
Janvier	7.6%
Février	7.7%
Mars	8.5%
Avril	8.4%
Mai	8.9%
Juin	8.6%
Juillet	8.7%
Août	8.8%
Septembre	8.1%
Octobre	8.5%
Novembre	8.0%
Décembre	8.2%

Source : « Estimations des ventes mensuelles au détail et de services alimentaires par type d'entreprise : 2024. » Enquête mensuelle sur le commerce de détail. Census.gov. U.S. Census Bureau, mars 2025. Web. 23 avril 2025.

RESTAURANTS À SERVICE RAPIDE

De nombreux restaurants à service rapide investissent dans des kiosques à libre-service et des systèmes de commande numérique, ce qui contribue à réduire les coûts de main-d'œuvre et à améliorer l'efficacité. Environ **60 % des adultes** utilisent leur téléphone pour accéder aux principales fonctionnalités des restaurants tel que commander de la nourriture. Les restaurants sont tenus d'adopter des codes QR afin que les clients puissent utiliser l'appareil photo de leur téléphone intelligent pour consulter un menu numérique et commander sans consulter les menus physiques, ni interagir avec les employés.

Engagement à multicanaux

La combinaison de la messagerie numérique, imprimée et mobile donne des résultats :

Définir des objectifs clairs et suivre les indicateurs clés:

- Définissez des objectifs clairs et suivez les indicateurs clés pour optimiser les campagnes. Surveillez le CAC et le ROI, suivez le trafic et les commandes en ligne et mesurez la rétention de clientèle dans les **30 à 60 jours**. Ces informations aident à affiner les stratégies et à stimuler la croissance à long terme.

Utiliser les bons outils:

- Utilisez des outils comme Google Analytics, les informations sur les médias sociaux et les systèmes de point de vente pour suivre le trafic, les commandes en ligne et la performance des campagnes. Ces plateformes fournissent des données exploitables sur le comportement des clients, les tendances des ventes ainsi que l'engagement, vous aidant à affiner vos stratégies et à mesurer votre succès.

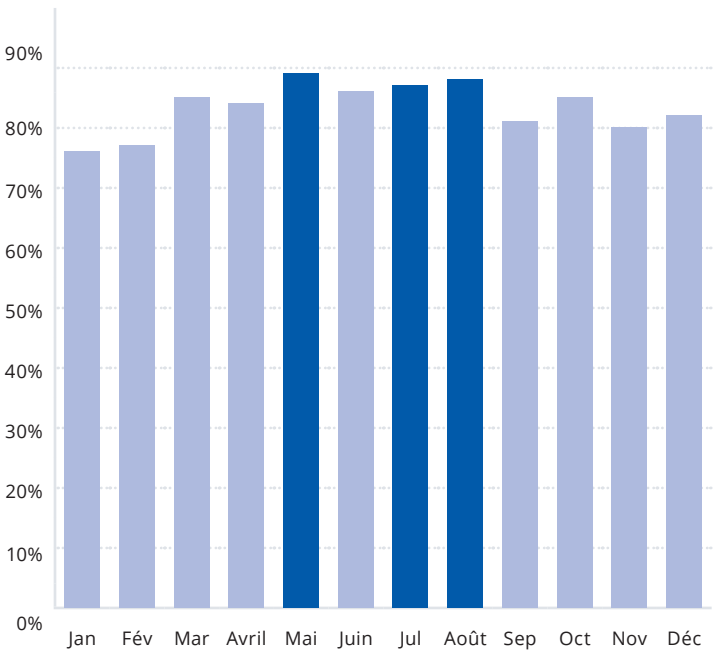
Taux de rétention de clientèle:

- Comparez les résultats et suivez le trafic, les commandes en ligne, le CAC et l'engagement. Recueillez les commentaires des clients par le biais d'enquêtes, de courriels et de sondages sur les médias sociaux pour affiner les campagnes, améliorer les expériences et renforcer la fidélité.

Le résultat:

- Un marketing local efficace renforçant les liens communautaires génère plus de trafic et de commandes en ligne et fidélise sa clientèle, assurant ainsi une croissance à long terme et un avantage concurrentiel à son restaurant.

RESTAURANTS À SERVICE RAPIDE



STATISTIQUES CLÉS

Mois	% des ventes annuelles
Janvier	7.6%
Février	7.7%
Mars	8.5%
Avril	8.4%
Mai	8.9%
Juin	8.6%
Juillet	8.7%
Août	8.8%
Septembre	8.1%
Octobre	8.5%
Novembre	8.0%
Décembre	8.2%

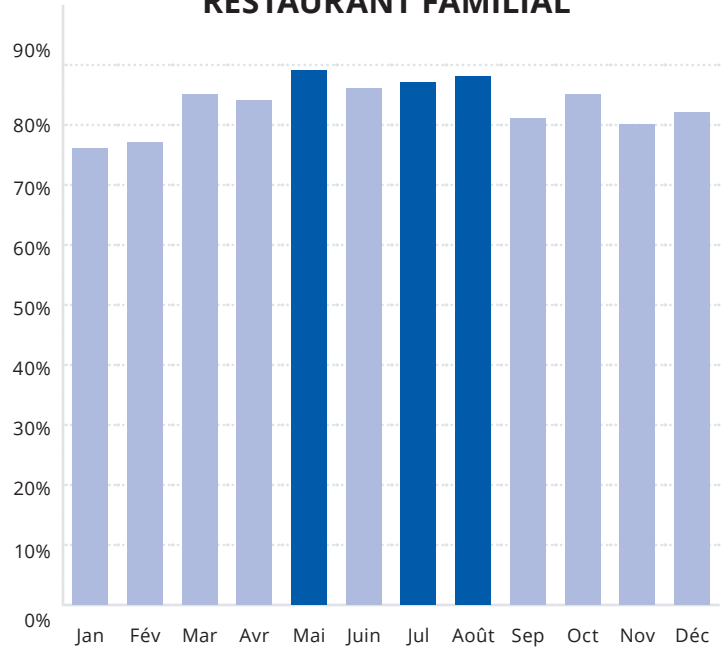
Sources : « Fast-Food Trends for 2024 : The Age of Automation and Customer Experience. » Qsrmagazine.com, s.d. Web. août 2024 ; « How Quick-Service Restaurants are Elevating Engagement in 2024. » Qsrmagazine.com, 15 mars 2024. Web. août 2024.

RESTAURANT FAMILIAL

Alors que l'activité des restaurants familiaux reste assez constante, on observe une augmentation notable de l'activité en **mai, juin et août**, ce qui coïncide probablement avec la saison des voyages.



RESTAURANT FAMILIAL



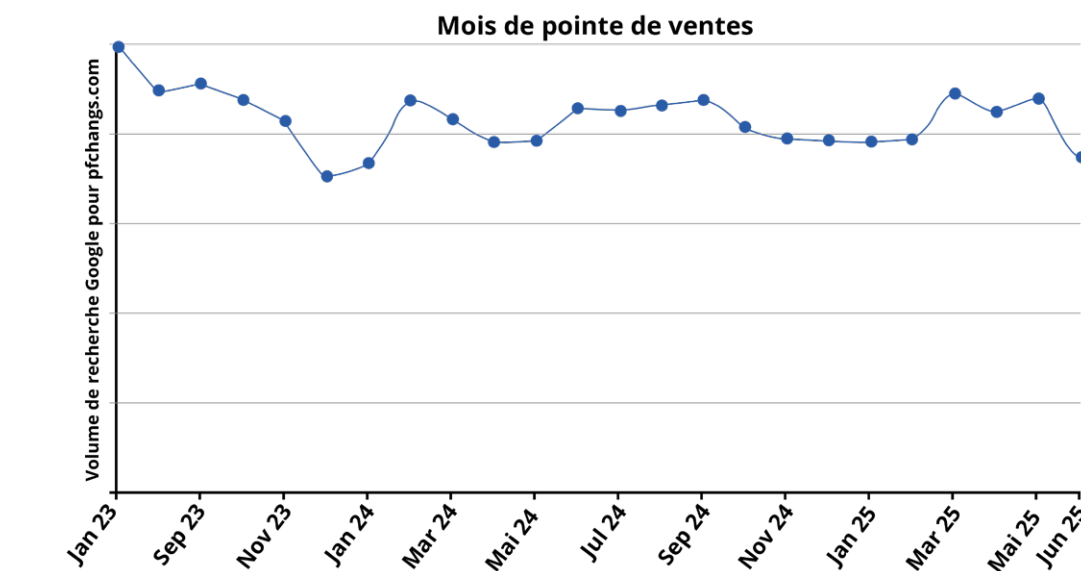
STATISTIQUES CLÉS

Mois	% des ventes annuelles
Janvier	7.6%
Février	7.7%
Mars	8.5%
Avril	8.4%
Mai	8.9%
Juin	8.6%
Juillet	8.7%
Août	8.8%
Septembre	8.1%
Octobre	8.5%
Novembre	8.0%
Décembre	8.2%

Sources : « Fast-Food Trends for 2024 : The Age of Automation and Customer Experience. » Qsrmagazine.com, s.d. Web. août 2024 ; « How Quick-Service Restaurants are Elevating Engagement in 2024. » Qsrmagazine.com, 15 mars 2024. Web. août 2024.

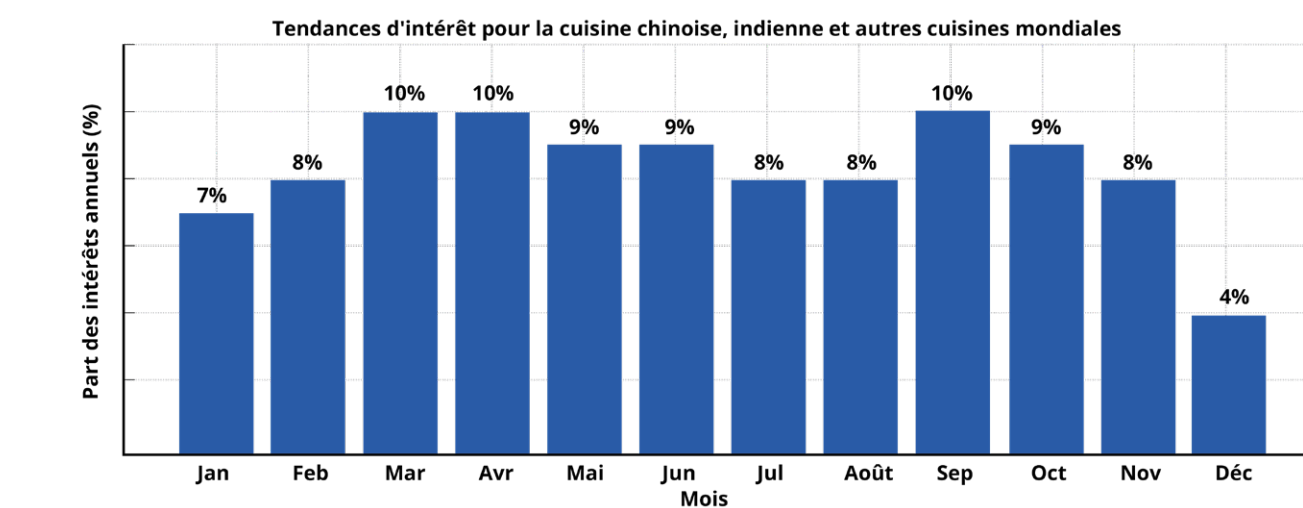
SERVICE COMPLET (CHINOIS / INDIEN) ET CUISINE MONDIALE

Un pourcentage important de restaurants à service complet proposent des services de livraison pour les clients en déplacement ou qui ne souhaitent pas manger sur place. Plus de la moitié des consommateurs (**dont 67 % des millennials et 63 % de la génération Z**) déclarent que le service pour emporter est essentiel à leur mode de vie.



Sources : « Fast-Food Trends for 2024 : The Age of Automation and Customer Experience. » Qsrmagazine.com, s.d. Web. août 2024 ; « How Quick-Service Restaurants are Elevating Engagement in 2024. » Qsrmagazine.com, 15 mars 2024. Web. août 2024.

LES ALIMENTS FONCTIONNELS SONT UNE TENDANCE, CAR LES CONSOMMATEURS CHOISISSENT DE MANGER DES ALIMENTS QUI PEUVENT CONTRIBUER À LEUR SANTÉ ET À LEUR BIEN-ÊTRE GÉNÉRAL.



Source: "The Rise of Functional Foods: Eating for Health and Wellness." Totalfood.com, 27 Sept. 2024. Web. Nov. 2024.

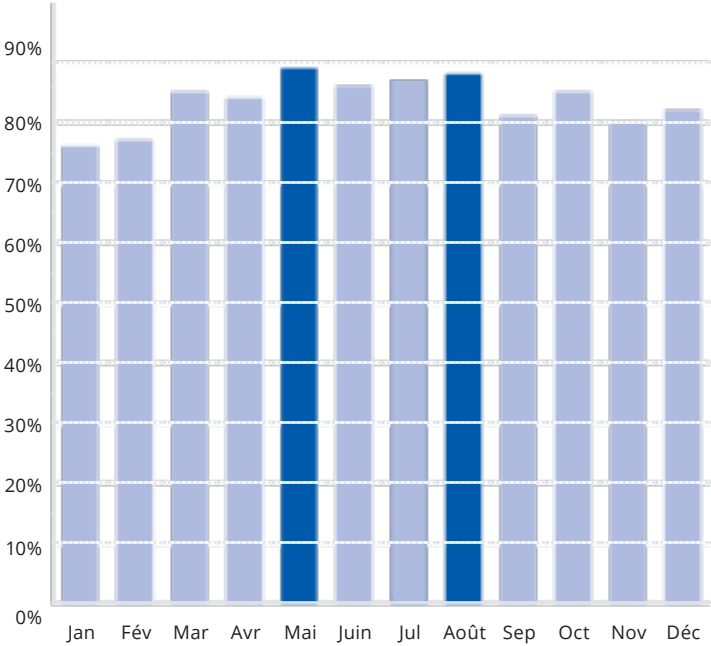
SERVICE COMPLET - LIVRAISON

Des expériences uniques comme des offres spéciales de nourriture et de boissons à volonté attirent les clients. D'autres caractéristiques qui augmentent l'intérêt comprennent des expériences personnalisées, telles que des cocktails sur mesure, la possibilité d'échantillonner différentes bières ou l'utilisation d'un système d'auto-service. La technologie comme la technologie d'auto-service, les menus interactifs et la commande mobile intéressent également les consommateurs. L'interaction sociale comme les soirées jeux, les lieux de restauration et de divertissement, les lieux de boisson et de jeu et les stations interactives de préparation de boissons permettent également aux clients de profiter d'expériences uniques.

Source: "The Bottomless Boom: Restaurants draw crowds with unlimited food and drink specials." Restaurant-hospitality.com, 5 Nov. 2024. Web. Nov. 2024.; "The Experience Economy and Alcohol: How Bars and Restaurants are Shifting to Experience-Based Beverage Services like Self-Pour." Totalfood.com, 22 Oct. 2024. Web. Nov. 2024.;



MOIS ET SAISONS DE POINTE DE VENTES



STATISTIQUES CLÉS

Mois	% des ventes annuelles
Janvier	7.6%
Février	7.7%
Mars	8.5%
Avril	8.4%
Mai	8.9%
Juin	8.6%
Juillet	8.7%
Août	8.8%
Septembre	8.1%
Octobre	8.5%
Novembre	8.0%
Décembre	8.2%

Source: In 2024, customer traffic was highest in eating and drinking establishments in May and August. [Source: "Estimates of Monthly Retail and Food Services Sales by Kind of Business: 2024." Monthly Retail Trade Survey. Major holidays such as Valentine's Day, Mother's Day and Thanksgiving can drive sales at full-service restaurants. [Source: SalesFuel, 2024.]

POURQUOI CHOISIR GROUPE MÉDIA RÉPONSE DIRECTE ET POSTES CANADA

DRMG est la principale entreprise de publipostage direct au Canada. Depuis plus de 20 ans, nous aidons les entreprises de toutes tailles, des commerces locaux aux grandes entreprises nationales, à stimuler leurs ventes et leur notoriété de marque grâce à des campagnes de publipostage direct ciblées. Nous sommes une entreprise canadienne et le chef de file canadien en matière de publipostage direct, offrant une vaste gamme de services de courrier de quartier, y compris notre marque largement reconnue, Money Saver, considérée comme la publication la plus fiable au Canada pour les économies et les coupons au quotidien.

NOUS SOMMES UN PARTENAIRE EXPERT DE POSTES CANADA ET LEUR PLUS GRAND CLIENT DE COURRIER PARTAGÉ.

En tant que fournisseur clé en main, nous simplifions vos efforts de publipostage direct. Nous gérons l'ensemble de votre programme, depuis le concept initial du visuel et la stratégie de campagne jusqu'à l'impression, le ciblage précis et l'intégration fluide dans le système de Postes Canada.

NOUS EXCELONS EN :

- Expertise en impression web-offset
- Approvisionnement durable et fiable en papier
- Expertise en processus de prépresse
- Préparation du courrier
- Logistique et distribution
- Conception créative
- Suivi des données

Prêt à faire croître votre entreprise
avec le publipostage direct?
Contactez-nous pour commencer!
1 (855)-924-4454



CONCEVOIR VOTRE PUBLICITÉ

Lors de la création d'une campagne de publipostage direct, une conception réfléchie est essentielle. Voici quelques conseils pour concevoir des annonces de rénovations domiciliares efficaces :

COUPONS ATTRAYANTS



- Design accrocheur : Utilisez des designs épurés et modernes avec des visuels attrayants et une typographie claire pour attirer l'attention.
- Proposition de valeur claire : Mettez en évidence la réduction ou l'offre de manière bien visible et faites en sorte que les clients comprennent facilement l'avantage.



COHÉRENCE DE LA MARQUE

- Utilisez des couleurs, des polices et des images cohérentes qui correspondent à l'image de marque de votre compagnie.
- Mettez en valeur ce qui les rend uniques, comme leur expertise du marché ou un service exceptionnel.

IMAGES QUI VENDENT



- Utilisez des photos de haute qualité de vos plats, de votre restaurant et de vos offres spéciales.
- L'authenticité est essentielle - évitez les photos génériques.
- Assurez-vous que tous les logos et visuels sont clairs et en haute résolution.



COORDONNÉES CLAIRES

- Assurez-vous que le numéro de téléphone, le site web, l'adresse courriel et l'adresse soient affichés de manière proéminente.
- Incluez un appel à l'action (CTA) clair.

CRÉER VOTRE TEXTE PUBLICITAIRE

Le texte de votre annonce doit servir de présentation éclair de vos services.

UTILISEZ DES TITRES EFFICACES

Exemples:

- “Votre envie, notre cuisine !”
- “Saveur rapide, fraîchement préparée !”
- “Obtenez une boisson gratuite avec votre commande !”

GARDEZ LE TEXTE CLAIR ET CONCIS

- Évitez les termes culinaires complexes ou les descriptions trop détaillées
- Mettez clairement en évidence les plats clés du menu, la rapidité et le bon goût

DÉCRIVEZ LES AVANTAGES

Exemples:

- “Un service rapide signifie plus de temps pour vous.”
- “Des ingrédients frais pour un repas plus sain et plus heureux”
- “Une grande variété pour satisfaire tous les goûts!”

CRÉER UN APPEL À L'ACTION (CTA)

Encouragez le sentiment d'urgence :

“Commandez maintenant pour une commande pour emporter rapide”

“Ne manquez pas notre spécial du jour !”

“Téléchargez notre application pour des rabais exclusifs!”

NE LE FAITES PAS SEUL!

Demandez-nous comment transformer vos idées de publipostage direct en campagnes gagnantes! 1 (855)-924-4454



OPTIMISER VOTRE OFFRE

Une offre irrésistible peut faire toute la différence pour convertir les destinataires de votre publipostage en clients.

L'OFFRE ELLE-MÊME

Exemples:

- "Achetez-en un, obtenez-en un gratuitement sur n'importe quel grand sandwich !"
- "Faites-en un combo gratuitement à l'achat de n'importe quel burger !"
- "Cette semaine, obtenez 20% de rabais sur votre commande !"

Une offre irrésistible peut faire toute la différence pour transformer un consommateur occasionnel en un client fidèle.

LES CONDITIONS D'ACHAT

Incluez clairement les conditions d'achat.

- Dates valides pour l'offre (ex: Offre valide jusqu'au 31 décembre 2025).
- Termes spécifiques (Ex : Salle à manger seulement, non valide sur les applications de livraison, Ne peut être jumelé.)



Inspirez-vous de ces exemples :

MEILLEURS TITRES

- “Votre référence pour des repas rapides et délicieux !”
- “Envie satisfaite, rapidement !”
- “ Les saveurs fraîches auxquelles vous faites confiance !”

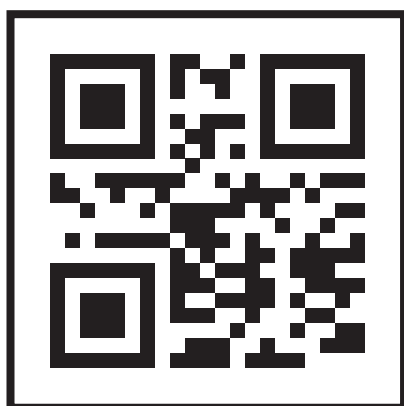
MEILLEURES OFFRES

- “Boisson régulière gratuite avec tout achat de combo.”
- “Obtenez un deuxième sandwich pour seulement 1 \$!”
- “Achetez-en un, obtenez-en un gratuitement sur tous les smoothies cette semaine !”

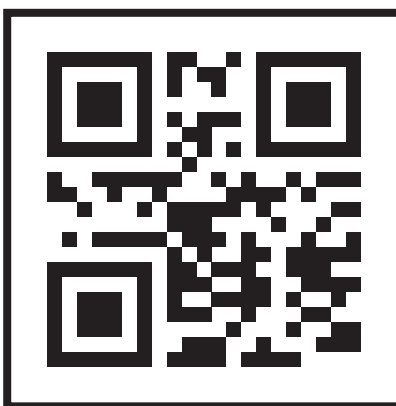
UTILISER EFFICACEMENT LES CODES QR



NE SCAN PAS VERS LE
SITE WEB



JOIGNEZ NOTRE
PROGRAMME FIDÉLITÉ !



BALAYEZ POUR
COMMANDER MAINTENANT!



CONSEILS UTILES

Les codes QR sont un pont puissant entre votre courrier physique et le monde numérique, et pour un **restaurant rapide**, leur efficacité dépend d'une implémentation intelligente. Pour maximiser l'engagement, assurez-vous que votre code QR mène à une destination optimisée pour les mobiles qui offre une valeur immédiate, comme un lien direct pour commander en ligne ou un coupon numérique exclusif. Surtout, le code QR doit être clairement visible et balayable sur votre visuel. Incluez toujours un appel à l'action clair comme « **Balayez pour commander maintenant !** » ou « **Balayez pour les offres d'aujourd'hui !** » pour guider les clients potentiels directement vers ce dont ils ont besoin, ouvrant ainsi efficacement une porte numérique à vos délicieuses offres.

TROUVER VOS CLIENTS IDÉAUX

Les familles avec de jeunes enfants ou les groupes recherchent souvent des solutions de repas pratiques, rapides et abordables. Elles peuvent être à la recherche d'options adaptées aux enfants ou d'offres pour plusieurs personnes. Pour cibler ces clients par courrier direct, vous pourriez envisager des zones avec ces filtres :

- **Type de ménage** : Familles avec enfants
- **Tranche d'âge des parents** : 25-45 ans (susceptibles d'avoir des enfants plus jeunes)
- **Présence de parcs ou d'écoles** : Indique des quartiers à forte densité familiale

CIBLER LES JEUNES PROFESSIONNELS ET CLIENTÈLE POUR LES DÉJEUNERS

Les personnes travaillant à proximité ou les jeunes professionnels privilégient souvent la rapidité et la valeur pendant leur pause déjeuner ou pour un souper rapide après le travail. Ils peuvent être à la recherche d'options à emporter ou de promotions spécifiques pour le déjeuner ou la fin de journée. Vous pourriez cibler ce segment en utilisant le courrier direct dans des zones avec ces filtres :

- **Proximité des quartiers d'affaires/parcs de bureaux** : forte concentration de clients potentiels pour le déjeuner.
- **Tranche d'âge** : 20-40 ans (souvent des professionnels).
- **Type de bâtiment** : Appartements/Condos (courant chez les jeunes professionnels).

CIBLER LES SENIORS/CEUX QUI RECHERCHENT DE LA VALEUR

Les personnes âgées, ou celles qui ont un revenu fixe, peuvent être à la recherche d'un bon rapport qualité-prix, d'une qualité constante ou de réductions spécifiques pour les seniors. Elles peuvent préférer des heures de repas plus précoces ou des plats de menu plus traditionnels. Vous pourriez cibler ce segment en utilisant le courrier direct dans des zones avec :

- **Tranche d'âge** : 55+
- **Occupation du bâtiment** : Propre (souvent des résidents établis) ou communautés de vie spécifiques pour seniors.
- **Proximité des zones résidentielles** : Là où les populations plus âgées ont tendance à résider.



UTILISER LA BONNE FRÉQUENCE

La génération de prospects par courrier direct peut varier dans le temps, les résultats étant généralement visibles dans un délai de six à douze mois. Pour maximiser l'efficacité, il est crucial de maintenir une approche patiente et persistante. Les facteurs clés qui influencent la génération de prospects comprennent :

- La cible à qui vous envoyez un courrier.
- L'attrait de votre design.
- Le timing de votre campagne.

Bien que le courrier direct puisse produire des réponses immédiates, sa force réside dans une mise en œuvre cohérente et stratégique. Des envois cohérents dans une zone cible renforceront la notoriété de la marque et favoriseront la confiance au fil du temps.

- La répétition renforce la confiance et la reconnaissance de la marque.
- **Fréquence recommandée** : 3 à 4 semaines pour un engagement constant.



Une communication cohérente renforce la confiance des clients et assure le **rappel de la marque**, ce qui maintient votre restaurant rapide en tête de liste lorsque la faim frappe.

Renforcer le rappel de marque:

- Les gens ont faim régulièrement ! Des envois postaux réguliers maintiennent votre restaurant à portée de vue des clients potentiels afin qu'ils pensent à vous en premier pour un repas rapide et savoureux.

Créer de la confiance et de la crédibilité :

- Des envois postaux réguliers positionnent votre restaurant comme une option fiable et cohérente, renforçant la familiarité et la confiance qui encouragent les gens à choisir vos délicieuses offres.

Encourager l'action au fil du temps

- Les clients n'ont peut-être pas faim au moment exact où ils reçoivent votre envoi postal. La répétition augmente les chances d'engagement lorsqu'ils sont prêts à commander.

Soutenir les différents besoins des clients :

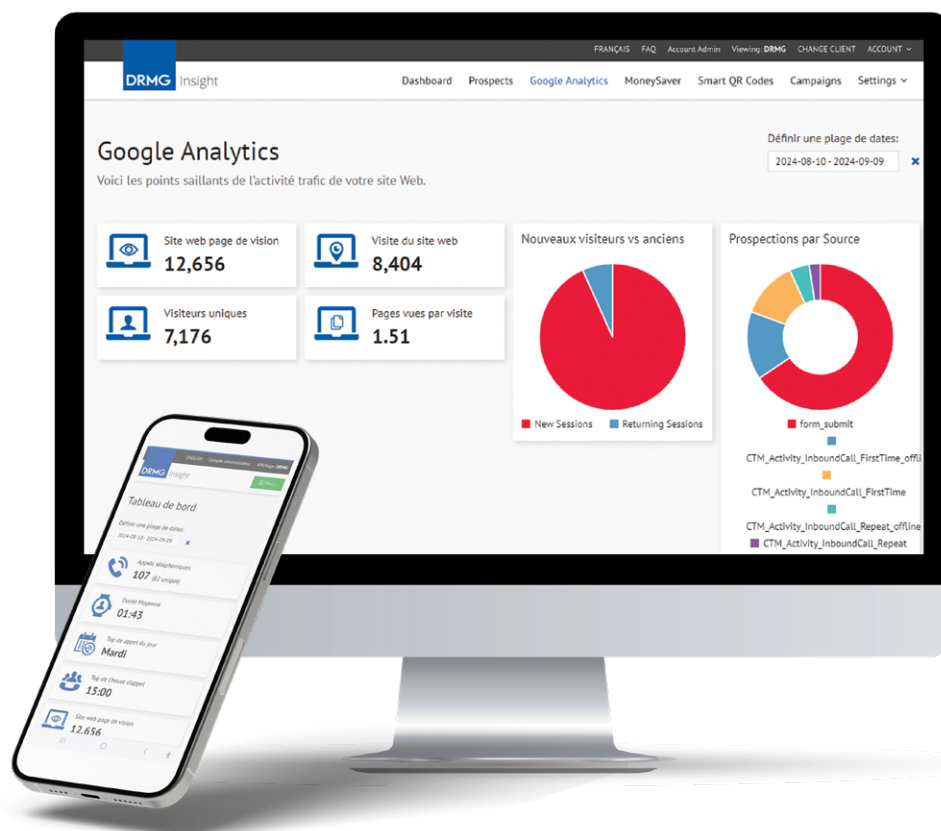
Des campagnes fréquentes peuvent cibler diverses promotions à différents moments, telles que :

- Annonces de nouveaux plats au menu
- Offres à durée limitée ou promotions quotidiennes.
- Invitations au programme de fidélité

Surmonter l'hésitation du client :

Décider où manger, surtout lorsque vous êtes occupé ou avec d'autres, peut parfois être délicat. Une communication cohérente peut aider à renforcer la confiance en votre restaurant comme le choix idéal.

SUIVRE VOS CAMPAGNES



Mesurer les résultats aide à affiner votre stratégie au fil du temps.



CODE QR

Liez à n'importe quoi... des expériences mobiles engageantes avec vidéo, clavardage, coupons numériques, etc.



SUIVI DES APPELS

Numéro local unique ou sans frais sur chaque campagne.



CAPTURE DE PISTES

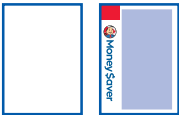
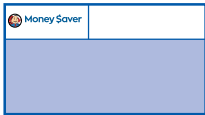
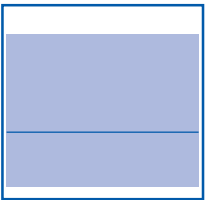
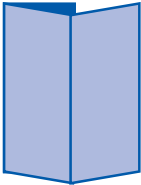
Mesurer le trafic du site web généré par le publipostage et capturer des clients potentiels.

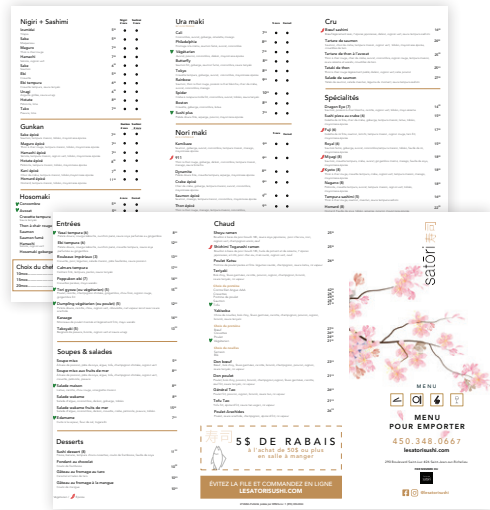
PERSPECTIVES :

- 1. Dates d'envoi du publipostage :** Suivez les dates d'envoi spécifiques du courrier et corrélerez-les avec les indicateurs de performance.
- 2. Surveillance du volume d'appels :** Utilisez le suivi des appels pour mesurer le nombre et la qualité des demandes de renseignements.
- 3. Intégration CRM :** Exportez les pistes vers votre CRM pour un suivi transparent.
- 4. Enregistrement des appels :** Enregistrez et analysez les appels pour améliorer le service client.
- 5. Soumissions de sites web et de formulaires :** Collectez les données géographiques et IP des interactions sur les pages de destination.
- 6. Évaluation de la qualité des pistes :** Marquez les pistes comme bonnes ou mauvaises et prenez des notes pour optimiser les campagnes.
- 7. Rappels en un seul clic :** Rappelez rapidement les pistes chaudes depuis votre tableau de bord.

CHOISIR VOTRE FORMAT

RECOMMENDED DIRECT MAIL SIZES FOR OPTIMAL RESULTS

OPTIONS ENVELOPPE					
					
	DEVANT	PASTILLE <i>Double</i>	DOS D'ENVELOPPE	FLAP	INTÉRIEUR
FORMAT	6.5" L x 5.875" H	2.7" L x 5.38" H	10.75" L x 4" H	10.25" L x 1.9" H	10.25" L x 9" H
MARGES DE SURETÉ	6.25" L x 5.63" H	2.7" L x 5.38" H	10.5" L x 3.75" H	10.25" L x 1.9" H	10.25" L x 9" H
OPTION ENCARTS					
					
	ENCART MINI	ENCART STANDARD	CARTON DELUXE	DÉPLIANT 2 PANNEAUX	DÉPLIANT 3 PANNEAUX
FORMAT <i>final</i>	3.35" L x 8.25" H	5.25" L x 8.25" H	5.125" L x 9" H	5.25" w x 8.25" H	3.56" L x 8.25" H
FORMAT <i>ouvert</i>	3.35" L x 8.25" H	5.25" L x 8.25" H	5.125" L x 9" H	10.5" L x 8.25" H	10.5" L x 8.25" H
FORMAT PANNEAUX	—	—	—	5.25" L x 5.25" H	3.38" L 3.36" L 3.36" L
MARGES DE SURETÉ	2.85" L x 7.75" H	4.75" L x 7.75" H	4.625" L x 8.5" H	10" L x 7.75" H	10" L x 7.75" H
MARGE PERDUE	3.85" L x 8.75" H	5.75" L x 8.25" H	5.625" L x 9.5" H	11" L x 8.75" H	11" L x 8.75" H







SUIVRE VOS CAMPAGNES ET ÉVALUER VOTRE RCI

- Évaluez régulièrement la performance de vos campagnes
- Calculez le nombre de demandes de renseignements et de nouveaux clients acquis.
- Évaluez les revenus générés par des campagnes spécifiques.
- Utilisez les perspectives pour optimiser les envois postaux futurs.



Consultez un représentant
de DRMG pour obtenir du
soutien! 1 (855)-924-4454





**BALAYEZ
POUR PLUS DE
DÉTAILS**



**Prix Du Partenaire Pour Le Développement
Durable De L'environnement**
Présenté par Canada Post © 2022

MAÎTRISER LE PUBLIPOSTAGE DIRECT
Un guide complet pour la planification stratégique, le ciblage basé sur les données,
la conception créative, l'innovation technologique et les pratiques durables
1 (855)-924-4454 drmg.com