une compagnie DELUXE[MC]

Coordonnées :
**Téléphone 1 800 461 9666**
**Télécopieur 1 800 461 3325**
**www.nebs.ca/fr**

LIVRE BLANC

# L'usage d'articles promotionnels pour recruter et fidéliser les clients.

Pour que votre entreprise prospère, il est essentiel de garder votre nom bien à la vue de vos clients établis et potentiels.

© 2008 Deluxe Enterprise Operations, inc. Tous droits de propriété réservés.

Pour que votre entreprise prospère, il est essentiel de garder votre nom bien à la vue de vos clients établis et potentiels, surtout si vous comptez sur le bouche à oreille et les recommandations. Vous devez faire en sorte qu'il soit facile aux gens de vous garder à l'esprit et de vous trouver.

La publicité dans les journaux et les magazines constitue une option, mais son emploi régulier est trop souvent hors de portée financière des petits commerces. Une option efficace et peu coûteuse est l'utilisation judicieuse d'articles promotionnels que vous distribuez gratuitement à vos clients établis et potentiels, ainsi qu'aux personnes qui vous recommandent.

Qui n'a pas déjà reçu un stylo, un porte-clés ou une tasse portant le nom et le numéro de téléphone d'une entreprise ? Peut-être votre société a-t-elle déjà distribué certains de ces articles.

Mais connaissez-vous le véritable pouvoir des articles promotionnels et comment en tirer le meilleur parti ? Voici des données sur les taux de mémorisation dont il vous faut tenir compte :

| Bandeaux publicitaires | Publicités imprimées ou télévisées | Articles promotionnels |
|---|---|---|
| 27 % | 53.5 % | 76.1 % |

## Le pouvoir des articles promotionnels

C'est la « persistance » des articles promotionnels qui fait toute la différence… Contrairement aux annonces publicitaires qui en laissent plus d'un indifférent, un article promotionnel de bonne qualité est fonctionnel et utilisé à longue échéance.

Les articles promotionnels sur lesquels figurent le nom, le logo et les coordonnées de votre compagnie rappelleront cette dernière pour longtemps à ceux qui les auront reçus. Par exemple, le calendrier affiché au mur ou le tapis de souris juste à côté de l'ordinateur gardent vos coordonnées à disposition du client pour le moment précis où il aura besoin d'un de vos produits ou services.

Ces quelques statistiques et données sur les tendances émises par la Promotional Products Association International pourraient vous étonner :

- Joindre un stylo ou un autre article promotionnel à une lettre publicitaire peut augmenter dans une proportion allant jusqu'à 50 % le nombre de clients potentiels qui vous rappellent.

- Les clients qui reçoivent en cadeau des articles promotionnels sont plus susceptibles de recommander votre entreprise à leurs amis, collègues et autres relations que ceux qui n'en ont pas reçu.

- Les articles promotionnels favorisent une augmentation allant jusqu'à 16 % des commandes renouvelées.

- L'envoi d'un article promotionnel utile, comme une casquette de baseball ou un t-shirt, plutôt que d'un billet de remerciement collectif peut renforcer les sentiments positifs qu'ont vos clients pour vous dans une proportion allant jusqu'à 25 %.

- Lors des salons commerciaux, les articles promotionnels accroissent la notoriété de la marque et la préférence pour les produits d'un exposant dans une proportion pouvant atteindre 70 %.

## L'utilité est essentielle

En plus des stylos, porte-clés et coupe-papier ayant toujours la cote, il existe un large éventail d'articles personnalisables qui s'offrent très bien comme cadeaux promotionnels. De nos jours, on imprime des slogans, des raisons sociales et plus encore sur une panoplie d'objets allant des porte-adresse aux tés de golf en passant par les bouteilles à eau et autres rubans à mesurer. L'important, néanmoins, est de choisir quelque chose d'utile dont votre client voudra se servir encore et encore.

Pensez à un objet qui a un lien avec votre type d'entreprise. Les compagnies de l'industrie automobile, par exemple, offriront des porte-clés ou des tasses de voyage, celles qui font dans l'entretien des pelouses opteront pour les visières et les entrepreneurs privilégieront des tournevis miniatures ou des lampes de poche. Peu importe ce sur quoi vous arrêterez votre choix, assurez-vous que l'article est de bonne qualité et qu'il a un sens pour le destinataire.

De plus, n'hésitez pas à offrir des articles différents à des clients différents. Par exemple, un cadeau de plus grande valeur comme un blouson ou un survêtement est un bon choix pour vos meilleurs et plus gros clients, tandis qu'un aimantin ou un bloc-notes conviendra davantage à vos autres clients ainsi qu'à ceux qui vous recommandent à des clients éventuels. Toute personne qui se souviendra favorablement de vous et de votre compagnie fera fructifier votre investissement promotionnel.

## Soyez imaginatif : créez l'occasion !

La période des fêtes est sans conteste le moment privilégié pour l'envoi d'articles promotionnels. Or, les cadeaux inattendus ou envoyés pour une occasion inhabituelle sont souvent ceux qui ont le plus d'impact et dont on se souvient le plus longtemps. Le fait d'avoir offert quelque chose d'utile et d'intéressant marquera l'esprit des gens, contrairement à un objet perdu au milieu de toutes les babioles reçues à Noël et au Nouvel An. Retenez une date qui a un rapport direct avec votre entreprise, comme un anniversaire, une journée portes ouvertes, le lancement d'un nouveau produit ou service.

Voici quelques usages innovateurs des articles promotionnels :

- Pour encourager les commandes et les paiements anticipés. Pensons à l'envoi d'un stylo aux clients qui acquittent régulièrement leurs factures à la réception.

- Pour remercier les clients d'avoir fait affaire avec vous. Par exemple, si vous avez un magasin de bicyclettes, vous pourriez donner une bouteille à eau à l'achat d'un vélo. Si vous possédez un atelier de réparations d'automobiles, vous pourriez offrir un protège-tapis pour tout travail d'entretien effectué.

- Pour appuyer un événement communautaire, une équipe sportive, un programme éducatif. À la place d'une commandite financière du festival d'été de votre localité, vous pourriez distribuer des frisbees portant votre logo, ou encore faire don de ballons à l'occasion de la remise des diplômes de l'école secondaire pour montrer la fierté de votre compagnie à l'égard de la réussite des élèves.

- Pour témoigner de la reconnaissance à vos employés pour leur travail assidu. Les survêtements, blousons ou t-shirts sont des cadeaux très prisés pour souligner cinq ou dix ans de service. (Souvenez-vous que les employés qui ont de bons sentiments pour la compagnie accompliront un meilleur travail auprès de la clientèle.)

Réfléchissez à votre marque pour trouver une association à faire. Plus l'objet sera en lien avec différents aspects de votre entreprise, plus il aura de pouvoir. Vous trouverez davantage d'informations pour créer votre image de marque dans d'autres livres blancs que **NEBS** met à votre disposition, tels que « Bien comprendre votre marque et votre positionnement ».

Bien des logos ne sont pas conçus en fonction des articles promotionnels sur lesquels ils pourraient être apposés. La taille et le format varient largement d'un article à l'autre. De plus, votre logo impose-t-il des restrictions de couleur ? Sur ces questions, consultez les livres blancs de **NEBS** « Quelles couleurs conviennent le mieux à votre marque et à votre position ? » et « Les 5 principales erreurs des compagnies à propos de leur marque ».

Utilisés de façon créative, les articles promotionnels vous aideront à vous démarquer de la concurrence, à consolider les relations avec vos clients actuels et vous permettront de conclure de nouvelles affaires. Ils contribueront également à hausser votre cote d'estime et favoriseront le bouche à oreille sur lesquels votre entreprise doit compter pour stimuler ses affaires.