

## Pourquoi le papier

par Ali Abbas Rawji (étudiant Coop de Flagship) et Kristi Kanitz

Qu'est ce que les contrats légaux et les tests de maths ont en commun ? Ils sont tous écrits sur du papier. Qu'est ce que les cartes d'anniversaire et les journaux ont en commun ? Ils sont tous écrits sur du papier. Le papier est une des inventions humaines les plus utiles. On l'utilise dans notre vie quotidienne et il est presque impossible à remplacer. Regardez à l'entour de vous. Beaucoup d'objets qui vous entourent sont fait de papier ou proviennent de papier.

Domtar, un des plus grands producteurs de papier en Amérique du Nord, a décidé de mettre en évidence l'importance du papier pour répondre aux préoccupations environnementales et à la promotion de milieu de travail sans papier. Leur initiative, intitulée 'Pourquoi le papier?' est conçue pour promouvoir l'utilisation responsable du papier dans les entreprises. Elle contient des excellentes ressources et du matériel pour les entreprises, surtout celles dans les domaines du marketing et du publipostage.

Voici le site web pour 'Pourquoi le papier?' :

[www.pourquoilepapier.com](http://www.pourquoilepapier.com)

Il vaut la peine de visiter le site. Il est intéressant, informatif et peut vous donner beaucoup de matériel à partager avec vos clients lorsque vous avez une discussion sur les choix de médias pour le marketing et surtout sur le publipostage. Voici quelques exemples de ce que vous pouvez trouver sur le site :

- Le papier est RENOUELABLE
- Le papier est PERSONNEL
- Le papier est UTILE
- Le papier est de CONNAISSANCES
- Nouvelle rencontre avec un vieil ami
- Vérifiez les FAITS
- Savoir c'est POUVOIR

Un des élément principal de la campagne 'Pourquoi le papier?' est une série de vidéos humoristiques mais intéressants pour promouvoir l'utilisation du papier dans nos vies quotidiennes. Ces vidéos ont des sujets divers comme une fête pré-nuptiale ou les conséquences du rationnement de papier dans les bureaux. Ils vont vous faire rire en démontrant l'importance du papier dans nos vies professionnelles et personnelles.

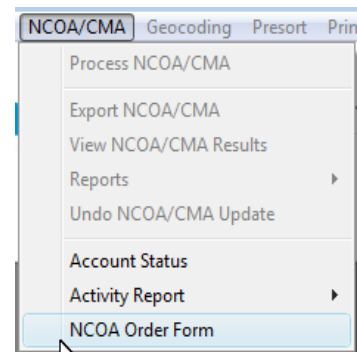
Comme indiqué sur le site Domtar, une campagne de Publipostage a le potentiel d'augmenter les achats par 300%. Pourquoi est ce ainsi ? Lorsqu'on reçoit du papier par courrier c'est une invitation dans vos mains pour découvrir une entreprise. Ceci est plus efficace que le marketing par courriel. Cette stratégie flexible et économique a 1/3 moins de chance d'être rejeter que le marketing sur média social. Ceci, ainsi que les références de Domtar au sujet de la viabilité du papier, donne aux entreprises de marketing et de publipostage une ressource puissante pour vendre le publipostage. Je vous recommande une promenade à travers 'Pourquoi le papier ?'.

## Ajouter au PNCA canadien dans iAddress<sup>MC</sup>

Nous avons ajouté une fonction au PNCA canadien pour que les utilisateurs puissent ajouter des transactions immédiatement sans être obligé de contacter notre service technique ou administratif. Vous êtes toujours bienvenu de nous contacter. Nous aimons parler à nos clients !

Pour ajouter des transactions canadiennes au PNCA dans iAddress<sup>MC</sup>, suivez les étapes suivantes :

Sur le menu PNCA/ACM, choisissez l'option du Bon de commande PNCA.



Choisissez la quantité de transactions que vous voulez commander. Les tarifs sont inclus pour que vous puissiez y référer. Entrez l'information pour le paiement ainsi que l'information additionnelle. Cliquez pour envoyer.

Nombre de Transactions	Prix (CDN et E-U)	
10,000	\$80.00	#
25,000	\$100.00	☐
50,000	\$130.00	☐
75,000	\$167.50	☐
100,000	\$250.00	☐
250,000	\$500.00	☐
500,000	\$1,000.00	☐
1,000,000	\$1,500.00	☐
2,000,000	\$3,000.00	☐

Données de paiement:

Commandé par: \_\_\_\_\_

Courriel: \_\_\_\_\_

Numéro: \_\_\_\_\_ Numéro de téléphone: \_\_\_\_\_

Information supplémentaire:

\_\_\_\_\_

Envoyer Annuler

Après avoir cliqué pour envoyer, un écran de confirmation va paraître pour confirmer votre commande. Vérifiez l'information sur l'écran et cliquez pour confirmer la commande. Les transactions vont être ajoutées à votre compte immédiatement.

Confirmation de commande

You are about to purchase 10,000 NCOA transactions.  
Le coût est \$80.00 plus les taxes applicables.

En cliquant sur CONFIRMER, vous donnez l'autorisation à Flagship Software Ltd. de vous facturer pour les coûts indiqués en haut.

Cliquez pour confirmer la commande

Confirmer Annuler

Vous allez recevoir une facture par courriel dans les 48 heures suivantes votre commande. Nous allons ajouter l'opportunité de payer immédiatement par carte de crédit bientôt, mais en ce moment vous pouvez payer par carte de crédit en téléphonant le bureau administratif après avoir reçu votre facture.

Nous sommes très fiers de pouvoir offrir cette nouvelle fonction. Nous aimerions recevoir vos opinions au sujet de ce service et de comment l'améliorer.

## Publipostage pour le marché des jeunes

Mark Morin, le président de Strategies Relationship Marketing et l'ambassadeur du Programme d'éducation et de sensibilisation pour le publipostage de Postes Canada, a écrit un excellent article pour la publication Direct Marketing de janvier ([www.dmn.ca](http://www.dmn.ca)) qui parle de la valeur d'utiliser le publipostage pour le marché des jeunes. Il affirme que le publipostage fait bonne impression avec les jeunes en étant inattendu et en profitant de la fascination courante pour le 'vintage' en même temps que de leur faire sentir qu'ils ont reçus un attention personnel.

Mark réfère à un sondage sur les préférences effectué par 'Exacttarget 2012 channel' qui indique que 51% des jeunes adultes de 15 à 17 ans ont fait un achat après avoir reçu un pièce de publipostage, et 50% des jeunes de 18 à 24 ans ont aussi fait un achat. Il donne des détails au sujet de trois différentes campagnes visées aux jeunes qui ont des très bons résultats : Garnier, un division de L'Oréal, Maybelline New York et Desjardin, une caisse de crédit du Québec.

Il inclus des conseils à considérer durant la création de votre campagne de publipostage ciblée sur les jeunes :

- "Elle devrait être 'cool', différente, inhabituelle, et excitante visuellement."
- "Faites attention au langage" et "gardez le message jeune et nouveau"
- Le message et le design devrait être créé par des gens qui 'comprennent ce qui est nouveau' et 'n'ayez pas peur de prendre des chances.'
- Combinez le publipostage avec d'autres medias pour augmenter l'efficacité
- Il faut inclure des échantillons ou un offre de haute valeur avec le publipostage et s'assurer qu'elle arrive promptement.

L'article de Mark est une très bonne ressource pour tous ceux qui veulent faire une campagne de publipostage ciblée aux jeunes. L'article au complet est disponible au <http://www.dmn.ca/January%2020P%202013.pdf> sur la page 7. Mark Morin peut être contacté à travers son site [www.strategies.ca](http://www.strategies.ca).

Si vous souhaitez être retiré de cette liste d'envoi, s'il vous plaît écrivez-nous à [newsletter@flagshipsoftware.com](mailto:newsletter@flagshipsoftware.com) ou par téléphone au 1-866-672-0007.