



Liste de contrôle pour un marketing direct couronné de succès

L'importance d'un succès mesurable

Oui	Non	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Avez-vous défini à l'avance les objectifs quantitatifs et qualitatifs de votre campagne de marketing direct?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Votre courrier publicitaire est-il bien perçu par le groupe cible? Avez-vous éventuellement testé plusieurs variantes?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Des éléments de réponse attrayants ont-ils été sélectionnés (par exemple, des cartes-réponses internationales préimprimées)?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les éléments de réponse sont-ils codés afin de suivre sur quel canal la plupart des réponses arrivent?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Des éléments susceptibles d'amplifier le taux de réponse sont-ils utilisés dans le publipostage?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Le taux de réponse minimal que le publipostage doit atteindre pour couvrir les coûts est-il connu?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Avez-vous envisagé une comparaison entre valeur théorique et réelle?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Avez-vous défini les méthodes à employer pour évaluer les réponses (nombre de réponses, de commandes ou d'achats)?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Calculez-vous votre retour sur investissement? À combien s'élève le bénéfice net par rapport aux coûts?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Savez-vous quels sont les coûts ramenés à chaque contact?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Les informations obtenues sont-elles enregistrées dans un système CRM afin d'être utilisées lors d'autres campagnes de fidélisation des clients?
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mesurez-vous la valeur actuelle nette de chaque client (Customer Lifetime Value)?