

Publicité par courrier



Quand dire – OUI! C'est du Courrier personnalisé^{MC}



TABLE DES MATIÈRES

Introduction	1
1 S'agit-il d'un article expédié ou non à des fins promotionnelles?	2
1.1 S'agit-il d'un article expédié principalement à des fins promotionnelles?	2
1.2 S'agit-il d'un article expédié principalement à des fins non promotionnelles?	2
2 La personnalisation et la créativité	3
3 Évaluation de vos articles par rapport à la définition du service Courrier personnalisé	3
3.1 Les rapports présentant des résultats financiers/rapports annuels	3
3.2 Envois relatifs aux programmes de cartes de fidélité	4
3.3 Catalogues/Mini-catalogues	6
3.4 Calendriers	6
3.5 Les bulletins d'information	7
3.6 L'exécution d'une commande	8
3.7 Sondages	9
3.8 Cartes de souhaits ou de remerciement	9
3.9 Trousses de bienvenue	10
Résumé	10

INTRODUCTION

Quelle est la définition du service Courrier personnalisé^{MC}?

Le service Courrier personnalisé est une méthode de marketing direct et de publicité éprouvée et efficace qui offre au client la possibilité de personnaliser ses envois et de cibler ses messages promotionnels à des clients existants ou potentiels précis.

Les envois Courrier personnalisés doivent conformer à la définition du service Courrier personnalisé et sont acceptés lorsque :

- tous les articles doivent avoir la même intention et but, même si le contenu n'est pas identique. Le but principal objectif (principal message) est d'inciter une personne à agir en :
 - faisant la promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement;
 - sollicitant des dons ou des contributions;
 - présentant des résultats financiers, principalement à des fins promotionnelles;
 - soutenant votre programme de carte de fidélité. Inclut tous les envois liés à des programmes de carte de fidélité, exclut les cartes de crédit ou de débit avec ou sans points de récompense.

Les Mini-catalogues sont admissibles au service Courrier personnalisé. Les Mini-catalogues sont définis comme étant des imprimés qui comportent une liste d'articles à vendre comprenant une description des articles, les numéros d'articles ou les tarifs. Les Mini-catalogues doivent compter au moins huit pages ou panneaux, en plus de répondre aux exigences du service Courrier personnalisé standard mécanisable.

Quels avantages vous procure le service Courrier personnalisé?

Le service Courrier personnalisé constitue un excellent outil de marketing direct pour communiquer votre message à vos clients. Le recours au service Courrier personnalisé peut contribuer de nombreuses façons à vos activités de marketing :

- **Ciblage de vos clients** : Grâce au service Courrier personnalisé, vous pourrez cibler des personnes précises, à la lumière des critères que vous aurez établis, et engager un dialogue avec chacune d'entre elles. Vous pourrez faire porter vos efforts sur vos meilleurs clients actuels et potentiels, ce qui est important. Vous n'êtes pas sans savoir qu'il coûte plus cher de recruter de nouveaux clients que de conserver ceux que vous avez déjà.
- **Incitation** : Vous pourrez susciter une réaction chez vos clients en leur adressant une proposition bien adaptée à leurs besoins et en leur proposant un moyen facile d'y donner suite. Le service Courrier personnalisé ne s'en tient pas à susciter l'intérêt du client, il vous permet de conclure des ventes.
- **Évaluation** : Vous pourrez évaluer avec précision le succès de votre campagne publicitaire, à savoir le taux de réponse et les ventes, et établir le rendement du capital investi de chacun de vos programmes. Les coupons échangés (en magasin ou en ligne) sont dénombrés. Offre un code bidimensionnel ou une adresse URL pour les visites à partir d'un téléphone mobile ou du site Web pour savoir dans quelle mesure votre article de courrier a fonctionné.
- **Économies** : Puisque vous pourrez évaluer les retombées de vos campagnes, vous pourrez consacrer vos ressources financières aux programmes qui présentent le meilleur rendement du capital investi.
- **Personnalisation** : Vous pourrez montrer à vos clients que vous connaissez bien leurs goûts et leurs préférences et rendre vos communications encore plus pertinentes à leurs yeux et, ainsi, accroître vos taux de réponse et de rendement du capital investi.

QUAND DIRE « OUI, C'EST DU COURRIER PERSONNALISÉ^{MC}! »

1 S'AGIT-IL D'UN ARTICLE EXPÉDIÉ OU NON À DES FINS PROMOTIONNELLES?

À la lecture de l'introduction « Quelle est la définition du service Courrier personnalisé? », l'objectif principal de tous les articles doit être d'inciter une personne à agir en faisant la promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement. Afin d'établir si vos articles sont admissibles au service Courrier personnalisé, il est important que vous compreniez la façon dont nous déterminons si le but premier est d'expédier un article à des fins promotionnelles ou non.

1.1 S'agit-il d'un article expédié principalement à des fins promotionnelles?

Afin d'établir si le but premier est d'expédier un article de courrier à des fins promotionnelles, vous devez vous poser la question suivante : « Quel est le message principal auquel réagira le destinataire lorsqu'il recevra l'article? » ***Si le but est d'inciter le destinataire à agir, à faire l'achat d'un produit ou d'un service, à utiliser un programme précis ou à solliciter une contribution ou un appui au profit d'une cause ou d'un événement, alors il s'agit d'un article promotionnel et il est admissible au service Courrier personnalisé.***

Voici quelques exemples de campagnes de marketing promotionnel :

- Envois d'articles Médiaposte acquisition - Ces articles sont conçus pour joindre des clients potentiels, pour acquérir de nouveaux clients et pour créer de nouvelles occasions d'affaires.
- Envois visant à fidéliser des clients - Articles conçus pour conserver votre clientèle actuelle.
- Promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement précis visant à faire en sorte que les gens choisissent vos offres plutôt que d'autres.
- Tous les envois liés à des programmes de fidélité (sauf les cartes de crédit ou de débit avec ou sans points de récompense).

Voici des exemples d'articles promotionnels qui sont admissibles au service Courrier personnalisé :

- les renseignements d'un club de disques compacts/DVD en vue d'inciter les gens à adhérer au club ou à faire l'achat de nouveaux disques compacts/DVD;
- des documents expédiés par des organismes de bienfaisance dans le but de solliciter des dons;
- une brochure faisant la promotion d'une conférence qui se tiendra prochainement et proposant un escompte à tous ceux qui s'y inscriront avant une date donnée;
- une invitation d'un fournisseur de services téléphoniques interurbains à essayer ses services;
- le rapport annuel d'une entreprise;
- l'expédition par un parti politique, avant la tenue d'une élection, de profils de ses candidats;
- un calendrier faisant la promotion des produits ou des services d'une entreprise locale;
- un échantillon d'une nouvelle crème pour la peau et un coupon-rabais valide que le destinataire pourra utiliser au moment de son prochain achat;

1.2 S'agit-il d'un article expédié principalement à des fins non promotionnelles?

Les articles dont le principal objectif est de fournir aux consommateurs et aux entreprises du matériel pédagogique, transactionnel ou informatif ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé.

Le matériel pédagogique peut comprendre des mises à jour de manuels destinés à professionnels, des sondages d'opinion et des formulaires de recensement. Les communications transactionnelles peuvent comprendre des factures, des reçus, des formules d'impôts, des formulaires de procuration, des documents d'exécution de commandes de produits ou de services, des documents d'abonnements payés, une exécution, un remplacement ou un renouvellement de cartes (notamment des cartes de crédit ou de débit), des pièces d'identité ou des cartes de remerciement qui ne constituent pas des envois admissibles à un programme de fidélité.

Les communications à caractère informatif peuvent comprendre des calendriers de recyclage ou de gestion des déchets, des avis de rappel, des rappels annuels, des avis de modification, des avis de renouvellement et des avis électoraux.

2 LA PERSONNALISATION ET LA CRÉATIVITÉ

Bien que vos articles doivent respecter la définition du service Courrier personnalisé, vous pouvez faire preuve de créativité en personnalisant vos messages. Les articles composant un envoi donné peuvent avoir un contenu différent et ne pas être uniformes; en fait, ils peuvent avoir des dimensions, un poids et une épaisseur différents, à condition que les articles :

- soient dans la même échelle de poids et la même catégorie de dimensions;
- proviennent du même propriétaire du courrier (c.-à-d. que le numéro de client figurant sur la vignette doit être identique pour tous les articles de courrier); et
- se trouvent dans la même catégorie de préparation du courrier (p. ex. tous les articles de courrier sont préparés en tant qu'articles mécanisables ou qu'articles assortis de l'option Manutention spéciale).

Le service Courrier personnalisé vous permet de cibler votre envoi afin de joindre les clients les plus susceptibles de répondre à votre offre. De plus, en vous concentrant sur vos meilleurs clients, vous n'aurez pas sans cesse à en chercher de nouveaux, ce qui est important, car il coûte plus cher de trouver de nouveaux clients que de conserver ceux que vous avez déjà.

3 ÉVALUATION DE VOS ARTICLES PAR RAPPORT À LA DÉFINITION DU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ

Examinons certaines catégories d'envois commerciaux pour déterminer s'ils sont admissibles ou non au Courrier personnalisé.

3.1 Les rapports présentant des résultats financiers/rapports annuels

Les rapports présentant des résultats financiers seront admissibles dans le cadre du service Courrier personnalisé si l'information est envoyée à des fins promotionnelles.

Les articles suivants sont admissibles au service Courrier personnalisé :

- les rapports présentant des résultats financiers dont le but premier est d'ordre promotionnel, par exemple les rapports annuels, semestriels et trimestriels de fonds communs de placement et d'entreprises, les prospectus, ainsi que les rapports portant sur des fonds réservés distribués par les compagnies d'assurance. Ces rapports sont envoyés afin de montrer le rendement des placements et de promouvoir d'autres produits ou services qui pourraient être intéressants pour les clients.
- Les rapports annuels envoyés par une association ou une entreprise afin de promouvoir le rendement antérieur, dans un effort de conserver les membres existants ou d'en attirer de nouveaux. Souvent, ces rapports feront la promotion d'événements à venir ou de programmes. Le but est de convaincre une personne à prendre des mesures qui cadrent avec notre définition.

Les articles suivants ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé :

- Les rapports annuels envoyés à des membres pour communiquer aux membres de l'industrie des renseignements pertinents et pour faire rapport de ce qui s'est produit au cours de la dernière année. Ces articles ne font pas la promotion d'événements à venir et ne visent pas à attirer de nouveaux membres. Un rapport dont le principal objectif est l'éducation ne répond pas à la définition du contenu du service Courrier personnalisé.

Par exemple...

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Un courtier en valeurs mobilières insère un rapport annuel dans son article promotionnel afin de susciter l'achat d'actions d'une entreprise.	Oui	En montrant à son public cible le rendement de son portefeuille, il encourage de futurs achats ou des clients existants à investir davantage.
Une entreprise ou une association souhaite expédier un rapport annuel à ses membres pour faire rapport des réussites de l'année précédente et pour promouvoir les événements de l'année à venir.	Oui	Le but est de conserver les membres existants en faisant la promotion du rendement antérieur et des activités à venir.

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Une personnalité politique souhaite envoyer un rapport annuel à ses électeurs.	Oui	En général, l'objectif est l'autopromotion avec un objectif de réélection. La personnalité politique présente à ses électeurs la preuve de son rendement antérieur et ses plans d'avenir probables.
Une procuration est annexée au rapport annuel.	Non	Les procurations ne sont pas de nature promotionnelle.

Les procurations ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé car elles n'ont pas pour but de promouvoir un produit ou un service. Si une organisation doit poster au même moment son rapport annuel et une procuration, elle dispose de trois options :

Option 1 : Une enveloppe renfermant les deux documents - le rapport annuel, posté au tarif du service Courrier personnalisé, et la procuration, postée au tarif du service Poste-lettres.



L'affranchissement correspond à la somme :
 le tarif du service Courrier personnalisé (rapport)
 + le tarif du service Poste-lettres (rapport)

 Valeur totale de l'affranchissement

[Normes de livraison du service Courrier personnalisé]

Option 2 : Une enveloppe renfermant le rapport annuel et la procuration, les deux étant postés au tarif du service Poste-lettres.



= tarif de la Poste-lettres

(Normes de service de la Poste-lettres)

Option 3 : Le rapport annuel et la procuration sont postés séparément aux tarifs applicables.



= tarif du service
 Courrier personnalisé

[Normes de livraison du service
 Courrier personnalisé]



= tarif du service
 Poste-lettres

(Normes de livraison
 du service Poste-lettres)

3.2 Envois relatifs aux programmes de cartes de fidélité

Le marketing de fidélisation est un programme qui récompense les clients qui font des achats auprès du même fournisseur ou de la même entreprise. Les objectifs sont les suivants :

- diminuer le roulement des utilisateurs;
- maximiser les dépenses des clients existants;
- élargir la clientèle.

Les articles de courrier liés à des campagnes de fidélisation de la clientèle peuvent être envoyés par l'intermédiaire du service Courrier personnalisé lorsqu'ils ont pour principal objectif d'inciter une personne à agir en :

- faisant la promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement;
- sollicitant des dons ou des contributions;
- présentant des résultats financiers, principalement à des fins promotionnelles.

De plus, dans le cadre des programmes de cartes de fidélité qui sont ouverts au grand public (les associations professionnelles ne sont pas admissibles), toutes les communications peuvent être envoyées par l'entremise du service Courrier personnalisé. Ces communications comprennent, sans toutefois s'y limiter :

- adhésions;
- traitement de cartes de membre sollicité;
- traitement de cartes de membre non sollicité;
- renouvellement/remplacement de cartes de fidélité;
- changements apportés au programme de fidélité existant;
- changements apportés à l'ensemble du programme (tous les membres);
- changements apportés au statut/aux avantages d'un particulier;
- relevé de carte de fidélité;
- résumé des points avec une offre promotionnelle;
- détails des transactions;
- cartes de remerciement, d'anniversaire ou de Noël envoyées aux membres avec ou sans offre promotionnelle;
- trousse de bienvenue avec ou sans offre promotionnelle;
- rabais liés au programme;
- exécution des commandes d'articles (selon les dimensions et le poids permis par le service Courrier personnalisé) envoyés en échange de points accumulés sur votre carte.

Important :

Les clients participant à des programmes de fidélité liés à une carte de crédit ou de débit ne peuvent pas envoyer d'articles non promotionnels comme des relevés, des cartes des trousse de bienvenue, etc. par l'entremise du service Courrier personnalisé parce que le principal objectif de ces cartes est transactionnel.

Par exemple...

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Une association dentaire souhaite envoyer une trousse de formation à ses membres.	Non	L'article lui-même est utilisé à des fins éducatives et n'est pas admissible au service Courrier personnalisé.
Une épicerie souhaite envoyer sa politique de confidentialité aux membres de son programme de carte de points.	Oui	La carte de points de l'épicerie est offerte au grand public et vise à fidéliser les clients et à augmenter leurs dépenses. Elle est donc admissible dans le cadre de notre programme de fidélité.
Une coopérative municipale souhaite envoyer les chèques de rabais obtenus en participant au programme qui consiste à faire des achats chez des détaillants faisant partie de la coopérative.	Oui	La participation au programme de coopérative municipale est ouverte au grand public et encourage les membres à faire des achats dans leur localité.

3.3 Catalogues/Mini-catalogues

Tous les catalogues, qu'ils soient payés ou gratuits, qui font la promotion d'un produit ou d'un service sont admissibles au service Courrier personnalisé.

Notre Mini-catalogue mécanisable est un excellent outil d'acquisition, idéal pour les entreprises de cybercommerce pour fournir une liste des échantillons de produits ou de services offerts. Le Mini-catalogue envoyé par le service Courrier personnalisé est défini comme suit :

- Imprimé comprenant une liste d'articles à vendre, y compris la description, le numéro et le tarif associés aux articles. Les Mini-catalogues doivent compter au moins huit pages ou panneaux, et répondre aux exigences du service Courrier personnalisé mécanisable standard au module « Conception » à l'adresse postescanada.ca/cppcguides.

Le Mini-catalogue est un moyen rentable pour nos clients de faire fructifier leurs ventes en ligne et hors ligne. Il permet aux entreprises de réduire les coûts de production et de traitement du courrier sans pour autant sacrifier la circulation ou la fréquence.

3.4 Calendriers

Les calendriers dont le contenu est promotionnel et qui sont envoyés à des clients potentiels ou à des donateurs potentiels peuvent être envoyés par l'intermédiaire du service Courrier personnalisé.

Si l'objectif du calendrier est de convaincre une personne de passer à l'action, et ce, en faisant la promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement ou en sollicitant des dons ou des contributions; il est admissible au service Courrier personnalisé. Si son but est de partager de l'information, le calendrier n'est pas admissible.

Par exemple ;

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Un agent immobilier ou une entreprise locale souhaite envoyer un calendrier à ses clients actuels ou potentiels, sur lequel son nom et ses coordonnées figurent bien en vue.	Oui	Le but est de marquer l'esprit de clients potentiels et le calendrier de marque attirera de nouveaux clients et fera revenir les clients existants.
Une organisation de bienfaisance souhaite envoyer des calendriers qui présentent les dates précises de « tirages » ou des événements clés propres à l'organisation en question.	Oui	Le but est de promouvoir les événements du calendrier et de solliciter des contributions pour l'organisation de bienfaisance.
Une municipalité souhaite envoyer un calendrier qui contient des renseignements au sujet de ses divers programmes et services, y compris les dates de ramassage des déchets et de recyclage.	Oui	À condition qu'il y ait une importante promotion des programmes et des services en question (le but est de motiver les destinataires à passer à l'action), ce calendrier peut être admissible au service Courrier personnalisé.
Une municipalité envoie des calendriers sur le recyclage et les déchets indiquant les dates de ramassage et des renseignements sur ce qui est considéré comme étant du « recyclage » ou du « compost ».	Non	Le principal objectif est de communiquer les dates de ramassage et de s'assurer que les résidents comprennent ce qui est admissible dans le cadre des divers programmes. Son contenu ne vise pas à motiver une personne à faire autre chose que ce qu'elle fait déjà.
Une université ou un collège souhaite envoyer un calendrier de cours contenant les noms de programmes précis, y compris les dates et les horaires.	Non	Ce calendrier est envoyé afin de fournir aux étudiants les dates et les horaires des cours. Son contenu ne fait pas la promotion de l'école ou de programmes particuliers dans le calendrier.

3.5 Les bulletins d'information

Les bulletins promotionnels sont admissibles au service Courrier personnalisé. Les renseignements figurant dans le bulletin doivent faire la promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement précis ou viser à convaincre une personne de faire un don ou de contribuer à une cause.

Les bulletins dont l'objectif est de fournir aux particuliers et aux entreprises du matériel pédagogique ou des communications à caractère transactionnel ou informatif ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé. Si l'objectif principal du bulletin est de communiquer de l'information, le fait d'envoyer avec ce dernier une demande de dons, un coupon ou un appel à l'action ne change pas son but.

Par exemple...

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Un courtier en immobilier souhaite envoyer chaque mois un bulletin pour faire le point auprès des clients sur le marché immobilier et dressant la liste des propriétés vendues ou inscrites récemment. On trouve, à la dernière page du bulletin, la liste des noms et des numéros de téléphone des membres de l'équipe du courtier à l'intention des lecteurs qui souhaiteraient obtenir davantage d'information.	Oui	Le but est de fournir les renseignements dont les acheteurs éventuels pourraient avoir besoin pour inscrire leur maison actuelle ou acheter une nouvelle maison.
Quelque 2 000 membres d'une association régionale de pharmaciens reçoivent, trois fois l'an, le bulletin de leur association. Le bulletin présente de l'information sur de nouveaux médicaments et des résumés d'articles publiés dans des revues médicales.	Non	L'objectif du bulletin est de fournir des renseignements sur des sujets d'intérêt pour les membres.
Un courtier en placements souhaite expédier un bulletin présentant des articles d'intérêt concernant les services proposés par son cabinet. À la fin de chacun des articles, on trouve la mention : « Pour obtenir davantage de renseignements, veuillez composer, sans frais, le 1 800 555-1212 ».	Oui	Le but de l'envoi est de fournir des renseignements sur divers services afin d'inciter les clients à s'y inscrire.
Afin de promouvoir l'un de ses programmes de financement d'activités écologiques, un ministère gouvernemental souhaite expédier des bulletins décrivant les projets menés dans le passé dans le cadre de ce programme, expliquant comment présenter une demande de financement, et faisant valoir les raisons pour lesquelles il s'agit d'un programme important.	Oui	Le but de l'envoi est de promouvoir le programme et il contient des renseignements sur la manière dont les personnes peuvent faire une demande de financement.
Le bulletin des anciens étudiants d'une université présente des articles décrivant des projets courants et futurs, des nouvelles générales d'intérêt pour les anciens, le profil d'anciens qui ont réussi et, dans chaque numéro, un article de fond sur l'un des départements de l'université.	Non	L'objectif de l'envoi est de fournir des renseignements d'intérêt pour les anciens étudiants. Le contenu ne fait pas la promotion d'un programme ou d'un événement précis.
Le bulletin des anciens d'une université fait valoir l'importance pour les anciens de verser des contributions, explique à quelles fins est utilisé le produit des activités de collecte de fonds, décrit les nombreuses façons que les anciens peuvent emprunter pour verser des contributions à l'université et demande aux lecteurs de continuer à soutenir financièrement l'université. Le bulletin a avant tout pour but de sensibiliser davantage les anciens à l'importance du programme de collecte de fonds et à les inciter à verser des dons.	Oui	L'intention de l'envoi est de solliciter des dons et les contributions des anciens et le contenu est Pour motiver les individus à fournir un soutien financier.

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Le bulletin d'un député provincial a pour objet d'informer ses commettants sur les activités auxquelles il a participé en leur nom, de les inciter à lui communiquer leurs problèmes ou préoccupations ou encore des demandes de renseignements concernant les services gouvernementaux.	Oui	En général, ces articles visent l'autopromotion en vue d'une réélection. La personnalité politique présente à ses électeurs la preuve de son rendement antérieur et ses plans d'avenir probables.
Un client s'abonne à un bulletin financier présentant des conseils concernant le marché boursier.	Non	Les abonnements payés constituent une exécution et ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé.

3.6 L'exécution d'une commande

Les articles qui sont expédiés à des clients dans le but d'exécuter une commande de produits ou de services ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé.

Exceptions : Les articles suivants ont pour principal objectif de vendre au destinataire un produit ou un service et, par conséquent, sont admissibles au service Courrier personnalisé :

- catalogues de nature promotionnelle payé ou impayé;
- des boîtes d'échantillons ou des échantillons de produits demandés par un client;
- l'exécution de la commande d'un produit promotionnel dans le cadre d'une promotion précise, contenant beaucoup de renseignements sur la marque et dont le but est de faire en sorte que la marque demeure visible pour le consommateur (p. ex. promotions liées à boîtes de céréales).

Dans le tableau ci-dessous, vous trouverez plusieurs exemples qui aident à faire la distinction entre l'exécution d'une commande et de la publicité.

Exemples d'exécution de commande :

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Vicki s'est inscrite à un club de disques compacts/DVD et a acheté trois articles. Les articles peuvent-ils être envoyés par l'entremise du service Courrier personnalisé?	Non	Les articles ont été achetés et sont envoyés à la suite d'une vente.
Josyane communique avec une compagnie aérienne afin d'adhérer à son club des grands voyageurs. La compagnie aérienne envoie à Josyane une « trousse de bienvenue » contenant un livre d'introduction expliquant le fonctionnement du programme. Cette trousse contient aussi des renseignements sur les avantages de l'adhésion, des certificats de surclassement et une carte de membre. Cette trousse peut-elle être envoyée par l'entremise du service Courrier personnalisé?	Oui	La trousse de bienvenue est offerte dans le cadre des services du club de grands voyageurs de la compagnie aérienne. Cette trousse est admissible dans le cadre d'un envoi du programme de fidélité.
Kyle appelle un numéro sans frais pour recevoir une trousse touristique faisant la promotion de l'Île-du-Prince-Édouard comme étant une destination de vacances. Cette trousse peut-elle être envoyée par l'entremise du service Courrier personnalisé?	Oui	Kyle n'a pas acheté le produit qui était vraiment annoncé - des vacances à l'Île-du-Prince-Édouard. Il reçoit donc un article publicitaire.
Morgan remplit la carte-réponse d'une entreprise pour demander qu'un fournisseur de services Internet lui envoie un logiciel permettant d'obtenir 20 heures d'accès à Internet sans frais. Le logiciel peut-il être envoyé par l'entremise du service Courrier personnalisé?	Oui	L'article est considéré comme étant un échantillon.
Joanne s'est abonnée à un service Internet. L'entreprise souhaite lui envoyer son logiciel. L'entreprise peut-elle envoyer le logiciel par l'entremise du service Courrier personnalisé?	Non	Joanne a acheté le produit et a mis fin à la relation de publicité.

3.7 Sondages

Les articles de courrier dont le but est de recueillir des renseignements sur les consommateurs peuvent être admissibles au service Courrier personnalisé si les renseignements recueillis sont utilisés pour convaincre une personne d'acheter ou d'acquérir un produit ou un service, ou pour l'inciter à contribuer à une cause ou à l'appuyer.

Comme les sondages d'opinion et de recensement ont pour but de recueillir des renseignements qui seront utilisés à des fins de planification ou à des fins éducatives, et qu'ils n'encouragent pas la vente d'un produit ou d'un service, ces types de sondages ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé.

Par exemple...

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Une banque fait la promotion d'une carte de crédit. Dans le cadre de la promotion, le destinataire doit répondre aux questions sur le formulaire de demande.	Oui	Les questions portent sur l'article faisant l'objet d'une promotion et elles vous aideront à personnaliser les offres de produits ou de services plus tard.
lan reçoit un sondage sur la satisfaction des employés.	Non	Le sondage vise à recueillir des renseignements à des fins éducatives.
Un parti politique souhaite envoyer un sondage posant des questions sur ses adversaires politiques.	Oui	Le but de l'envoi est de promouvoir le parti qui envoie le sondage et non d'utiliser les données à des fins éducatives.
Une société d'énergie souhaite envoyer un sondage qui permettra de comprendre les préférences des consommateurs relativement à divers produits et services.	Oui	Le but de l'envoi est d'utiliser les renseignements pour personnaliser les offres et les services présentés à des clients précis.
Une entreprise d'études de marché effectue un sondage sur les préférences des consommateurs en ce qui concerne les profils d'achat dans le ménage.	Oui	Les renseignements recueillis dans le cadre de ce sondage seront vendus à des industries pertinentes qui les utiliseront pour cibler les acheteurs potentiels de leurs produits. Le résultat final sera la génération d'offres et la mise en place de campagnes pour vendre des produits ou des services.

3.8 Cartes de souhaits ou de remerciement

Les entreprises envoient souvent des cartes de souhaits ou des cartes saisonnières à leurs clients existants ou potentiels pour qu'ils conservent leur marque à l'esprit ou pour encourager l'achalandage dans leur magasin. Les cartes envoyées à cette fin doivent afficher la marque ou le logo de l'entreprise et doivent indiquer une personne-ressource et ses coordonnées. Ces cartes n'ont pas nécessairement besoin de comprendre une offre précise pour être admissibles. Les cartes de remerciement envoyées après l'achat pour stimuler une visite ultérieure ou pour remercier un donateur d'avoir fait une contribution afin de l'encourager à faire des dons supplémentaires peuvent également être admissibles au service Courrier personnalisé.

Par exemple :

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSIBLE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Une carte de Noël envoyée par un cabinet de dentiste à sa clientèle.	Oui	Le but est que les clients se souviennent du cabinet de dentiste.
Un organisme de bienfaisance souhaite envoyer une note de remerciement avec le reçu pour le don aux fins de l'impôt.	Non	Le principal objectif de l'envoi est de fournir au donateur son reçu aux fins de l'impôt, ce qui est un article Poste-lettres.
Un organisme de bienfaisance souhaite envoyer une note de remerciement pour un don sans le reçu aux fins de l'impôt.	Oui	L'objectif de cet envoi est de remercier le donateur et de l'encourager à faire d'autres dons.

3.9 Trousses de bienvenue

Les trousses de bienvenue sont habituellement des paquets qui sont envoyés aux clients qui se sont récemment inscrits à un service ou qui ont fait un achat important auprès d'une entreprise. Lorsque le paquet contient des renseignements importants en vue de promouvoir l'utilisation du programme ou service ou qu'il incite les destinataires à s'inscrire à d'autres programmes ou services, ce paquet est admissible au service Courrier personnalisé.

Lorsque les trousses de bienvenue contiennent uniquement des renseignements sur un compte ou les modalités de l'achat, elles ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé puisque le but est seulement de fournir de l'information pertinente à l'abonné ou à l'acheteur.

Par exemple :

DESCRIPTION DE L'ARTICLE	ADMISSE AU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	JUSTIFICATION
Une entreprise de radio par satellite veut envoyer une trousse de bienvenue à un nouvel abonné et lui fournir les renseignements pertinents sur tous les canaux offerts. Les trousses comprennent aussi les options « préférentielles » offertes moyennant des frais supplémentaires.	Oui	Le but est d'encourager l'utilisation du programme et d'augmenter les ventes avec options « préférentielles ».
Une entreprise automobile souhaite envoyer une trousse de bienvenue à une personne qui a conclu un nouveau contrat de location. La trousse contient le manuel du véhicule et les modalités du contrat de location.	Non	L'objectif de la trousse de bienvenue est uniquement de fournir des renseignements sur le véhicule et les modalités du contrat de location.

RÉSUMÉ

Consultez le tableau suivant afin de déterminer **Quand dire - « Oui! C'est du Courrier personnalisé^{MC} »**.

RÉSUMÉ SUR LE SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ	
<p>Les envois Courrier personnalisé sont définis comme étant des articles transmissibles qui ont pour principal objectif (principal message) d'inciter une personne à agir en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • faisant la promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement; • sollicitant des dons ou des contributions; • présentant des résultats financiers, principalement à des fins promotionnelles; • soutenant votre programme de carte de fidélité. Inclut tous les envois liés à des programmes de carte de fidélité. Exclut les cartes de crédit ou de débit avec ou sans points de récompense. <p>Les Mini-catalogues sont admissibles au service Courrier personnalisé. Les Mini-catalogues sont définis comme étant des imprimés qui comportent une liste d'articles à vendre comprenant une description des articles, les numéros d'articles ou les tarifs. Les minis-catalogues doivent compter au moins huit pages ou panneaux, en plus de répondre aux exigences du service Courrier personnalisé standard mécanisable.</p>	
Admissible*	
<ul style="list-style-type: none"> • renseignements provenant d'un club de CD encourageant l'adhésion ou l'achat de nouveaux CD; • articles visant à solliciter des dons ou des contributions; • brochure annonçant une conférence à venir et offrant une réduction à toute personne qui réserve avant une date précise; • invitation d'un fournisseur à essayer ses services interurbains; • rapports annuels sur le rendement financier; 	<ul style="list-style-type: none"> • profil d'un candidat envoyé par un parti politique avant une élection; • calendrier faisant la promotion des produits ou des services d'une entreprise locale; • échantillon d'une nouvelle crème pour la peau et un coupon-rabais valide pour le prochain achat; • tous les envois propres aux programmes de carte de fidélité, notamment le traitement des cartes, les changements apportés aux programmes, les détails des transactions (p. ex. accumulation de points), exception faite des cartes de crédit et de débit.

RÉSUMÉ SUR LE SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ

Non admissible*

<p>Matériel pédagogique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • mises à jour de manuels destinés à des professionnels; • sondages d'opinion; • envois à des fins de recensement. <p>Communications à caractère transactionnel :</p> <ul style="list-style-type: none"> • factures; • reçus; • formulaires d'impôt; • procurations; • exécution de commandes de produits ou services; • abonnements payés. • cartes de remplacement ou de renouvellement (p. ex. cartes de crédit/débit); • cartes d'identité; • envois de remerciement qui ne font pas partie d'un programme de fidélité. 	<p>Communications à caractère informatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • calendriers de recyclage ou de déchets; • avis de rappel; • rappels annuels; • avis de modifications; • avis de renouvellement; • avis électoraux.
--	---

* Veuillez noter que ces listes ne sont pas exhaustives.

Dans le cas où vous n'êtes pas certain si vos articles sont admissibles au service Courrier personnalisé, nous vous encourageons de faire évaluer vos articles de courriel en communiquant avec notre Réseau du service aux entreprises (RSE) au 1 866 757-5480.

Chaque article est évalué individuellement en fonction de notre définition du service Courrier personnalisé et les articles admissibles recevront un numéro de billet d'approbation qui peut être ajouté à votre *Commande (Déclaration de dépôt)* afin d'assurer un dépôt en douceur.

REMARQUE : Lorsqu'un article est évalué et que l'on détermine qu'il est admissible au service Courrier personnalisé, c'est cet article précis qui a été approuvé et non pas l'ensemble de la campagne ou de l'initiative de marketing.

Solutions d'affaires de Postes Canada

LIVRAISON DE MESSAGES	PUBLICITÉ PAR LA POSTE	SERVICES DE COLIS
<p>Du courrier ordinaire au courrier électronique, Postes Canada vous propose toute une gamme de produits et services pour vous aider à acheminer votre message. Que votre destinataire se trouve dans la même ville que vous, à l'autre bout du pays ou à l'étranger, notre vaste réseau de distribution vous permet de le joindre de la façon la plus fiable et la plus pratique.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poste-lettres^{MC} • Priorité^{MC} • Poste publications^{MC} • Xpresspost^{MC} • Priorité^{MC} Mondial • Xpresspost^{MC} É.-U. • Xpresspost^{MC} - International 	<p>Postes Canada vous propose un vaste choix de services qui vous permettront de piquer droit sur vos marchés cibles ou d'atteindre tous les foyers de votre province ou même du Canada, sans gaspillage et sans recouplement.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Courrier de quartier^{MC} • Courrier personnalisé^{MC} • Ciblage par code postal • Correspondance-réponse d'affaires^{MC} • Canada Complet^{MC} • Mini-catalogue 	<p>La gamme des services de livraison de colis de Postes Canada vous procure une solution avisée pour chacun de vos besoins d'expédition. Il vous suffit de choisir le service et les options qui conviennent le mieux à vos besoins et à votre budget.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Priorité^{MC} • Xpresspost^{MC} • Colis accélérés^{MC} • Colis standard^{MC} • Priorité^{MC} Mondial • Colis international^{MC} • Xpresspost^{MC} É.-U. • Xpresspost^{MC} - International • Colis accélérés^{MC} É.-U. • Petit paquet^{MC} • Paquet repérable^{MC}

* Veuillez noter que ces listes ne sont pas exhaustives.