

3. Ciblez-vous la diffusion de vos supports de communication (nombre de tracts/supports distribués, lieux de diffusion, publics privilégiés) ?



> A savoir

- Chaque année chacun d'entre nous reçoit plus de 40 kg de publicité, tracts, prospectus dans sa boîte aux lettres...
- Ne contribuez pas à ce gaspillage. Ciblez la diffusion de vos supports de communication !



> Objectifs

- Évaluer les besoins en terme de communication afin de ne pas «surconsommer» et d'adapter une promotion efficace et économe,
- Cibler les lieux de distribution, le public visé et les périodes de diffusion.



> Nos conseils

- Mettre en place un suivi détaillé des quantités imprimées et réellement diffusées (tracts, affiches) dans le but d'ajuster au mieux le nombre d'exemplaires commandés ou imprimés d'une année sur l'autre,
- Mettre à jour les fichiers d'adresses des «destinataires» pour éviter la perte ou le retour des documents,
- Privilégier une communication par affichage plutôt qu'une diffusion par tract individuel,
- Utiliser les journaux ou bulletins locaux distribués gratuitement pour informer le public des manifestations organisées,
- En fonction du type de manifestation et du public visé, cibler les lieux de distribution (commerces, marchés, rues, événements divers, écoles, ...),
- Adapter le type de support de communication aux lieux de diffusion,
Exemple : Apposer une affiche dans les établissements scolaires, les bus scolaires et de ligne urbaine, les véhicules des dirigeants / privilégier une annonce sonore dans un stade / créer un stand d'informations et d'animations dans le cadre d'une manifestation commerciale ou d'événements divers... Planifier dans le temps la promotion de l'événement jusqu'au jour de la manifestation.