



Le courrier publicitaire pour l'export des produits

publié le 01/04/2021

Descriptif :

L'usage du courrier publicitaire dans le cadre d'une stratégie d'internationalisation.

Cet article du site emarketing.fr (disponible via ce [lien](#)) explique le retour en force du courrier publicitaire (voir la définition de type de communication vers ce [lien](#)) dans le cadre d'une stratégie de communication axée sur la fidélisation.

L'article révèle que le courrier publicitaire attire davantage l'attention que les outils numériques et permet de mieux mettre en avant la touche "Made In France" de l'offre dans le cadre de l'export. Le taux de rétention plus important que la plupart des outils de marketing direct en fait un moyen privilégié pour tisser une relation avec les clients et prospects.

Cette technique de commercialisation est à utiliser en plus des outils de marketing direct dans le cadre du soin de l'image et de la fidélisation de la clientèle, via les outils des systèmes d'information (utilisation du fichier client dans le cadre du publipostage entre autres).



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.