



Comment savoir si une campagne de distribution de tracts est efficace ?

publié le 14/10/2015

Descriptif :

Un article sur le site Le Mag de la Com' Locale

Incontestablement, une campagne de distribution de tracts présente des avantages. Elle permet une certaine proximité avec les consommateurs : pour les intéresser, rien ne vaut l'interpellation directe et le discours immédiat. La distribution d'un tract offre l'information sans délai. D'autant qu'une campagne « d'imprimés publicitaires, flyers, tracts... » permet d'affiner la population à cibler et d'atteindre sans détour sa cible. Mais une simple étude du chiffre d'affaires ne suffit pas à savoir si une campagne de distribution a été efficace, car celui-ci reste influençable par de nombreux autres paramètres : la période de l'année, la météo, le contexte économique...

Comment procéder, dès lors ? Éléments de réponse. [↗](#)



**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.