



Un dépliant performant en 5 points!



Créer un dépliant convaincant, qui pousse vos clients ou prospects à choisir vos services ou vos produits, est d'une importance cruciale. Découvrez ici des conseils pratiques pour toucher efficacement votre public-cible et ainsi l'attirer dans vos points de vente.

5 points à suivre pour un succès garanti:

Point 1 : Faites-vous remarquer.



Point 2 : Mettez vos avantages en évidence.



Point 3 : Optez pour une mise en page qui facilite la lecture.



Point 4 : Respectez la psychologie propre à la lecture.



Point 5 : Mesurez vos résultats.

Prêt à placer vos produits et services au centre de toutes les attentions avec un dépliant performant ? Jetez un œil sur nos exemples concrets à la fin de cette brochure et trouvez-y l'inspiration.



Point 1 : Faites-vous remarquer.

- **La première impression est déterminante.**
C'est au premier regard porté sur la couverture que votre lecteur décidera de lire – ou non – votre dépliant. Veillez donc à mettre en évidence votre message principal. Pour ce faire, utilisez un visuel accrocheur et un titre clair et concis qui invite à l'action.
- **Séduisez à l'aide d'une image attractive.**
De belles images valent souvent mieux que de longs discours.
- **Veillez à ce qu'image et texte se renforcent mutuellement.**
La photo séduit. Le texte argumente et invite à passer à l'acte.
- **Guidez votre lecteur en jalonnant votre texte de (sous-)titres clairs.**
Souvenez-vous que le lecteur ne lira pas votre texte d'une traite.
- **Mettez votre cible dans l'ambiance grâce à des visuels qui lui parlent !**
Vous voulez lui donner envie de cuisiner ? Alors, montrez-lui quelque chose d'appétissant.
- **Utilisez un papier de qualité, de préférence écologique.**



Point 2 : Mettez vos avantages en évidence.

- **Convaincre en 60 secondes chrono !**
Votre destinataire décide d'entamer la lecture de votre dépliant ? Sachez que vous ne disposez que d'une minute pour le convaincre ! Par conséquent, construisez votre communication de telle sorte qu'il trouve rapidement la réponse à ces 3 questions centrales :
 - › **Qui ?**
Ne laissez planer aucun doute sur le fait que c'est votre marque et votre produit ou service qui apportent la solution attendue.
 - › **Quoi et pourquoi ?**
Traduisez les spécificités de votre produit en avantages concrets pour le client. Soulignez vos principaux atouts et gardez en tête la règle du K.I.S.S. : keep it short and simple.
 - › **Pourquoi maintenant ?**
Énoncez clairement le call to action. Par exemple :
« Commandez maintenant sur notre site web... »
Ajoutez éventuellement un avantage supplémentaire et insistez sur l'urgence :
« offre valable jusqu'au... » ; « les 200 premiers clients reçoivent... »
- **Faites bonne impression.**
Un message simple, une belle photo et des offres avantageuses mettront vos lecteurs dans un état d'esprit positif et réceptif.



Point 3 : Optez pour une mise en page qui facilite la lecture.

- **Montrez votre produit.**
- **Mettez votre marque en avant.**
Imprimez une identité forte, utilisez un logo clairement identifiable... tout en évitant de vous montrer « envahissant ».
- **Guidez votre lecteur.**
Que doit-il faire ? Où doit-il se rendre pour profiter de votre action ? Veillez à lui donner des explications claires et précises.
- **Les gens aiment se reconnaître.**
Optez donc pour des visages sympathiques qui correspondent à votre cible.
- **Proposez des offres crédibles.**
Combinez bons de réduction, produits gratuits et autres avantages. Mais évitez les messages promotionnels trop criards.
- **Choisissez une typographie lisible comme Helvetica ou Verdana.**
Renoncez à Comic Sans.
- **Mettez en exergue des mots bien choisis.**
Jouez sur la couleur et les contrastes en vue de faciliter le processus de lecture.
- **L'originalité paie.**
En recourant à un format non standardisé, des techniques de pliage ou un papier haut de gamme, vous mettrez votre message encore mieux en évidence.



Point 4 : Respectez la psychologie propre à la lecture.

- **Testez la force de votre dépliant auprès de vos amis et collaborateurs.**
Faites-leur consulter brièvement votre imprimé, puis demandez-leur ce qu'ils en ont retenu. S'agit-il bien du message que vous voulez faire passer ?
- **La couverture et le dos sont d'abord consultés et lus en diagonale.**
Accordez-y un soin tout particulier.
- **Aux pages intérieures, la trajectoire oculaire part du coin supérieur droit et aboutit au coin inférieur droit.**
Attirez donc aussi le regard sur la page de gauche avec des images, des couleurs et des titres.
- **Évitez les longs blocs de texte et les phrases trop longues.**
Énumérations, listes et chiffres donnent du rythme et aèrent votre texte, ce qui permet à votre lecteur d'y voir clair.
- **Du repos pour les yeux.**
Préférez toujours un fond blanc. Vous éviterez ainsi de fatiguer l'oeil de votre lecteur.





Point 5 : Mesurez vos résultats.

- **Faites en sorte que le rendement de votre dépliant soit mesurable.**

Utilisez à cette fin un code unique sur un bon de réduction, ou organisez un concours. Ne dit-on pas que les chiffres ne mentent pas ?

Votre dépliant est prêt ?

Nous le déposons chez vos clients.

Vous êtes arrivé avec succès au terme de ces 5 points ? Félicitations : vous vous apprêtez à diffuser un dépliant qui marquera les esprits... et donnera des résultats.

N'oubliez cependant pas **l'importance de la distribution**. Car à quoi bon produire un dépliant efficace s'il n'atteint pas le groupe-cible adéquat ? **Distripost de bpost** peut vous y aider.

Nous distribuons les dépliantes dans toutes les boîtes aux lettres en même temps que le courrier adressé et nous vous garantissons une excellente qualité de service. De plus, vous bénéficiez d'une **visibilité optimale**, puisque votre toutes-boîtes sera distribué avec maximum 2 autres dépliantes Distripost. Et avec l'option **jour garanti**, votre communication arrive dans la boîte aux lettres à la date que vous avez choisie.

Prêt à attirer un maximum d'attention sur vos produits et services ? Rendez-vous vite sur www.bpost.be/distripost et planifiez dès maintenant la distribution de votre prochaine campagne.

Sources consultées :

Cees van Rooy. (2013). Handboek reclamefolders: over de kracht van een tijdsloos medium.

Workshop "Wie schrijft die blijft" study GFK & EyeSee "The customer and his leaflets" au retail detail night (2013).

GRP MEDIA SCHOOL ESSENTIALS module "OUT OF HOME".

Dag van de brievenbusreclame Uiteenzetting "Het geheim van het consumentenbrein" (2013).

Create your perfect leaflet: <http://www.royalmail.com/marketing-servicesoccasional/create-and-prepare/design-your-perfect-leaflet> (2014).

Concevoir le prospectus: <http://reussir-ses-prospectus.fr/le-guide/concevoir-leprospectus/> (2014).

3 exemples de toutes-boîtes réussis.

Exemple 1 : Vitelma.

1 Faites-vous remarquer.

- Un visuel attrayant qui renforce le texte.
- Créer une atmosphère qui attire.
- Un call to action clair et direct.

2 Pleins feux sur vos avantages.

- Le produit en évidence.
- L'accent sur l'avantage principal.
- Une notion d'urgence ne fait jamais de tort.

3 Guidez le lecteur avec une mise en page fluide.

- Typo lisible.
- Format original.
- Couleurs vives et contrastées.

4 La psychologie de la lecture.

- Attirez l'attention vers le coin supérieur gauche.
- Un fond de couleur claire est reposant pour les yeux.
- Soyez court et simple.

5 Mesurer, c'est savoir.

- Faites en sorte que le rendement soit quantifiable en ajoutant un code unique ou un bon de réduction.

4

GAGNEZ

3 **1 AN DE VITELMA GRATUITE!**

1 Introduisez vite, avant le 31/03/2014 votre code personnel et votre adresse e-mail sur:

2 www.gagnezavecvitelma.be

vosre code personnel **5**

J2HF3

2 Tentez votre chance de remporter 1 an de Vitelma à tartiner et à cuire & rôtir gratuite et recevez désormais toutes les infos sur nos super actions et réductions !

BON €0,50

À l'achat de 1 x Vitelma à tartiner 250 g ou Vitelma Light à tartiner 250 g au choix

BON €1,00

À l'achat de 1 x Vitelma Cuire & Rôtir 500 ml ou 500g

Exemple 2 : Corona.

1 Faites-vous remarquer.

- Un visuel attrayant qui renforce le texte.
- Créer une atmosphère qui attire.
- Un call to action clair et direct.

2 Pleins feux sur vos avantages.

- Le produit en évidence.
- L'accent sur l'avantage principal.
- Une notion d'urgence ne fait jamais de tort.

3 Guidez le lecteur avec une mise en page fluide.

- Typo lisible.
- Couleurs vives et contrastées.

4 La psychologie de la lecture.

- Attirez l'attention vers le coin supérieur gauche.
- Un fond de couleur claire est reposant pour les yeux.
- Soyez court et simple.

5 Mesurer, c'est savoir.

- Faites en sorte que le rendement soit quantifiable en ajoutant un code unique ou un bon de réduction.

ÇA C'EST FORT!

Mon assurance ? Au kilomètre !

Maintenant 3.000 km d'assurance auto GRATUITS*

Vous roulez moins de 15.000 km par an ? Optez pour l'Assurance au Kilomètre et économisez jusqu'à 50%.

Corona direct

Aussi sur une omnium!

Assurance au Kilomètre : trois formules !

Si vous choisissez, l'Assurance au Kilomètre est toujours plus complète car elle vous permet de compter sur une assistance Hélicoptère gratuite (24h/24), un sinistral, une expertise dans les 24h et une indemnisation dans les 15 jours.

Responsabilité civile (RC)

Formule de base que vous êtes tenu de souscrire en tant que conducteur. Elle couvre les dommages que vous causez à une autre partie. Votre responsabilité est assurée (jusqu'à 750 kg).

Full Omnium

Formule complète qui couvre également les dommages à votre propre véhicule, même en tant que conducteur tiers. Les réparations urgentes sont rapidement indemnisées.

Full Omnium

Formule complète si votre voiture a plus de 2 ans. Elle assure votre responsabilité civile, l'incendie, le bris de vitre, la tempête, la grêle, la pression des pneus et les dommages provoqués par des animaux en liberté.

Après un accident, vous êtes remboursés de la valeur de remplacement de votre véhicule (après déduction de la franchise) ou de la valeur de remplacement après un accident tant que vous avez souscrit une Full Omnium.

Avant le 31 mars et recevez 3.000 km gratuits* sur www.3000kmgratuits.be au 02 244 22 23

C'est comme ça que je veux être assuré.

*Offre réservée aux clients Corona Direct. Les conditions de l'offre sont détaillées dans le prospectus. L'offre est soumise à approbation préalable de Corona Direct. Les conditions de l'offre sont détaillées dans le prospectus. L'offre est soumise à approbation préalable de Corona Direct.

Exemple 3 : Octa+.

1 Faites-vous remarquer.

- Un visuel attrayant qui renforce le texte.
- Créer une atmosphère qui attire.
- Un call to action clair et direct.

2 Pleins feux sur vos avantages.

- Le produit en évidence.
- L'accent sur l'avantage principal.
- Une notion d'urgence ne fait jamais de tort.

3 Guidez le lecteur avec une mise en page fluide.

- Typo lisible.
- Format original.
- Couleurs vives et contrastées.

4 La psychologie de la lecture.

- Attirez l'attention vers le coin supérieur gauche.
- Un fond de couleur claire est reposant pour les yeux.
- Soyez court et simple.

5 Mesurer, c'est savoir.

- Faites en sorte que le rendement soit quantifiable en ajoutant un code unique ou un bon de réduction.

1 AVEC L'OCTA+ ENERGYBOX
GAGNEZ
500€

2

3

4 MULTI-ENERGIE

5 GRATTEZ pour gagner 500€!

• Complétez le formulaire ci-dessous et donnez-le au gérant de votre station OCTA+ (adresse au verso).

• Vous recevrez en échange vos tickets à gratter pour gagner de 5 à 500€ en chèque énergie.

De plus, sans aucun engagement, OCTA+ vous expliquera par mail ou par téléphone, comment gagner une nouvelle fois 500€, en regroupant toutes vos énergies : électricité, gaz, mazout et carburant.

Où, j'ai envie de savoir quelle économie annuelle je ferai grâce à OCTA+ ENERGYBOX

Mlle M.

Prénom: _____

Nom: _____

E-mail ou tél: _____

Type de chauffage actuel:
 au mazout au gaz à l'électricité

Réservé au gérant de votre station OCTA+
N° carte ENERGIEPASS

5 411444 159530

Equipement financé par www.octaplus.fr au 100% à crédit
Édition septembre 2014 - E. Page 02/04 - 01444444444444444444