

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

TABLE DES MATIÈRES

Qu'est-ce que le service Courrier personnalisé?	1
1 Objectif principal	2
2 Évaluer votre article de courrier	3
2.1 Rapports financiers et rapports annuels.	3
2.2 Formulaires de consentement et de retrait de consentement.	4
2.3 Envois de fidélisation et de rétention.	4
2.4 Programmes de carte de fidélité	5
2.5 Catalogues ou mini-catalogues.	6
2.6 Calendriers et calendriers de collecte des déchets	7
2.7 Bulletins	8
2.8 Envois.	8
2.9 Sondages	9
2.10 Cartes de souhaits ou de remerciement	9
2.11 Trousses de bienvenue	10
2.12 Offres et avis de renouvellement.	10
3 Personnalisation et créativité	11
3.1 Article Poste-lettres ^{MC} en pièce jointe	11
4 Procédé officiel d'admissibilité	11

QU'EST-CE QUE LE SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ?

DÉTERMINER L'OBJECTIF PRINCIPAL			
<p>Les envois de Courrier personnalisé sont définis comme étant des articles distribuables dont l'objectif principal du message est d'inciter une personne à passer à l'action. Voici quelques exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir un produit, un service, un programme ou un événement • Solliciter un don ou une contribution • Annoncer un rendement financier à des fins promotionnelles • Présenter un programme de fidélisation ou offrir une carte de fidélité. Cela inclut tous les envois liés à des programmes de carte de fidélité. Mais cela exclut les cartes de crédit ou de débit avec ou sans points de récompense. 			
ÉVALUER VOTRE ARTICLE DE COURRIER (Cette liste n'est pas exhaustive, et certaines exceptions peuvent s'appliquer.)			
<ul style="list-style-type: none"> • Dépliants publicitaires • Rappels annuels • Rapports annuels sur le rendement financier • Calendrier faisant la promotion de services ou produits locaux • Catalogues et mini-catalogues • Envois du recensement • Formulaires de consentement et de retrait de consentement • Élection (avis de vote) • Rapports financiers et rapports annuels • Envoi à la suite d'une commande de produits et de services • Cartes de vœux (portant le nom d'une marque) • Cartes d'identité • Invitations à des événements promotionnels • Factures • Envois de fidélisation et de rétention • Envois d'un programme de carte de fidélité (sans lien avec une carte de crédit ou de débit) • Envois qui informent d'un changement involontaire à un service avec une option de consentement ou de retrait • Bulletins • Avis de changements • Sondages d'opinion 	<p>Section 1</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.1</p> <p>Section 2.6</p> <p>Section 2.5</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.2</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.1</p> <p>Section 2.8</p> <p>Section 2.10</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.10</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.3</p> <p>Section 2.4</p> <p>Section 2.2</p> <p>Section 2.7</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.9</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Abonnements payés • Envois de nature politique comme le profil d'un candidat aux élections • Offres promotionnelles pour s'inscrire à un nouveau service • Procurations et bulletins de vote • Avis de rappel • Reçus • Calendriers ou horaire des collectes de recyclage ou des déchets • Avis de renouvellement • Offres de renouvellement • Cartes de remplacement ou de renouvellement (crédit ou débit) • Demandes de don ou de contribution à une cause ou une œuvre de bienfaisance • Échantillons et articles promotionnels • Sondages • Formulaires fiscaux et reçus pour fins d'impôt • Cartes de remerciement • Mises à jour de manuels professionnels • Promotions du programme de détournement des déchets • Trousses de bienvenue faisant la promotion de l'utilisation du service • Trousses de bienvenue avec des données transactionnelles 	<p>Section 1</p> <p>Section 1</p> <p>Section 1</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.12</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.6</p> <p>Section 2.12</p> <p>Section 2.12</p> <p>Section 2.12</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.8</p> <p>Section 2.9</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.10</p> <p>Section 1</p> <p>Section 2.6</p> <p>Section 2.11</p> <p>Section 2.11</p>

QUELS SONT LES AVANTAGES DU SERVICE COURRIER PERSONNALISÉ POUR VOUS?

Cibler des clients	Le service Courrier personnalisé vous permet de cibler des personnes précises selon les critères de votre choix, et d'interagir avec elles dans un dialogue actif. Cela vous permet de vous concentrer sur vos meilleurs clients et clients potentiels, ce qui est important. Il est plus coûteux de recruter de nouveaux clients que de garder ceux que vous avez.
Inciter	Votre article de marketing devrait susciter une réaction chez vos clients en leur faisant une offre et en leur proposant un moyen facile de passer à l'action. Il ne s'agit pas seulement de susciter l'intérêt du client; il est possible de conclure des ventes.
Mesurer	Le succès de votre campagne publicitaire peut être mesuré avec précision grâce au taux de réponse et aux ventes, ce qui vous permet de déterminer le rendement du capital investi pour chacun de vos programmes. Comptez les coupons échangés (en magasin ou en ligne). Ajoutez un code QR ou une adresse URL pour les visites sur l'application mobile et le site Web qui indique dans quelle mesure votre article de courrier a eu du succès.
Réduire le gaspillage	Étant donné que les campagnes peuvent être mesurées, le service Courrier personnalisé vous permet de concentrer votre budget sur ces programmes qui engendrent le rendement du capital investi le plus élevé.
Personnaliser	La personnalisation de votre message indique à vos clients que vous êtes conscient de leurs préférences, et vous aidera à veiller à ce que vos articles de communication avec les clients soient encore plus pertinents et, ainsi, à accroître les taux de réponse et le rendement du capital investi de vos campagnes.

1 OBJECTIF PRINCIPAL

Pour déterminer si le principal objectif de votre article de courrier est de nature promotionnelle, vous devez poser la question suivante : « Quel est le message principal auquel le destinataire est invité à répondre lorsqu'il reçoit l'article? »

Si l'objectif est de convaincre le destinataire de passer à l'action, c'est-à-dire d'acheter ou d'utiliser un produit ou un service, ou de l'inciter à participer à un événement ou à soutenir une cause, il s'agit d'un envoi promotionnel admissible à titre d'article Courrier personnalisé.

NATURE PROMOTIONNELLE

Les articles qui font la promotion d'un produit, d'un service, d'un programme ou d'un événement précis qui sont conçus de manière à influencer les clients en favorisant la sensibilisation, la considération ou l'achat d'un article plutôt qu'un autre sont considérés comme du Courrier personnalisé.

Exemples :

- ▶ Dépliants publicitaires
- ▶ Invitations à un événement ou un solde de promotion
- ▶ Envois de nature politique comme le profil d'un candidat aux élections
- ▶ Offres promotionnelles pour s'inscrire à un nouveau service
- ▶ Échantillons et articles promotionnels
- ▶ Campagnes d'acquisition conçues pour atteindre des clients potentiels et acquérir de nouveaux clients et pour créer de nouvelles occasions d'affaires
- ▶ Envois de fidélisation de la clientèle conçus pour conserver votre clientèle actuelle.

NATURE NON PROMOTIONNELLE

Matériel pédagogique	Communications transactionnelles	Communications informatives
<ul style="list-style-type: none">▶ Mises à jour de manuels professionnels▶ Sondages d'opinion▶ Envois du recensement	<ul style="list-style-type: none">▶ Factures▶ Reçus▶ Formulaires fiscaux et reçus pour fins d'impôt▶ Procurations▶ Envoi à la suite d'une commande de produit ou de service▶ Envoi ou remplacement de cartes financières (p. ex., cartes de crédit ou de débit)▶ Abonnements payés▶ Cartes d'identité	<ul style="list-style-type: none">▶ Avis de rappel▶ Rappels annuels▶ Avis de changements▶ Avis de renouvellement▶ Avis d'élection (avis de vote) ne faisant pas la promotion d'un candidat ou d'un parti.

2 ÉVALUER VOTRE ARTICLE DE COURRIER

Au moment de créer votre article, vous devez d'abord déterminer s'il est de nature promotionnelle et s'il peut être expédié au moyen du service Courrier personnalisé. La section « Évaluation de votre article de courrier » comprend des exemples pour vous guider tout au long de ce processus et vous aide à placer votre marque directement dans les mains de vos clients.

2.1 Rapports financiers et rapports annuels

Les rapports sur le rendement financier sont considérés comme des articles de Courrier personnalisé, à condition que la communication soit envoyée à des fins promotionnelles.

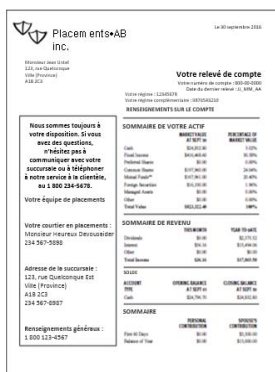
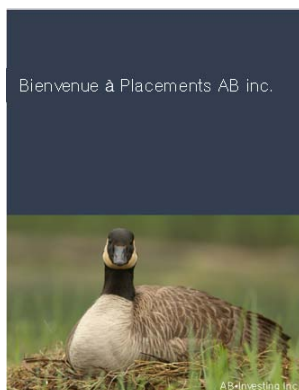
NATURE PROMOTIONNELLE

Rapports sur le rendement financier principalement conçus à des fins promotionnelles, comme des rapports annuels, semestriels et trimestriels de fonds communs de placement et de sociétés, des dépliants et des rapports de fonds distincts envoyés par des compagnies d'assurance. L'objectif d'envoyer ces rapports vise à démontrer le rendement des placements et à promouvoir d'autres produits ou services qui pourraient intéresser leurs clients.

Rapports annuels envoyés par une association ou une entreprise afin de promouvoir le rendement passé dans le but de conserver ou d'attirer de nouveaux membres. Souvent, ces rapports font la promotion d'événements ou de programmes à venir. L'objectif est d'inciter une personne à passer à l'action.

Les rapports, qu'il soient financiers ou annuels, seront admissibles au service Courrier personnalisé si l'information qui y figure vise à :

- ▶ soutenir des investissements futurs
- ▶ conserver une base de clients et favoriser la fidélisation de la clientèle
- ▶ solliciter des dons
- ▶ encourager les investissements supplémentaires
- ▶ inciter le destinataire à passer à l'action.



Nature NON promotionnelle

Les rapports, qu'il soient financiers ou annuels, qui sont envoyés afin d'aviser les destinataires des résultats annuels et de transmettre des renseignements rédactionnels sont considérés comme de nature informative et ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé.



Les renseignements financiers et les rapports annuels ont pour habitude :

- ▶ d'informer les membres d'une industrie de renseignements pertinents
- ▶ de rendre compte sur ce qui a eu lieu au cours de la dernière année
- ▶ de ne pas faire la promotion d'événements à venir
- ▶ de ne pas viser à attirer de nouveaux membres
- ▶ d'avoir pour objectif principal d'informer le destinataire
- ▶ de contenir des procurations ou des bulletins de vote.





2.2 Formulaire de consentement et de retrait de consentement

Les envois de consentement, aussi connu comme les formulaires de consentement et de retrait, visent à connaître la préférence des destinataires (un choix qu'ils sont tenus de faire) ou leur consentement (un changement qui pourrait avoir une incidence sur eux).

NATURE PROMOTIONNELLE	
<p>Les envois de consentement dont le but principal du message est de souligner les avantages d'un programme ou d'un service offert à un client ou qui ont l'intention de faire des ventes croisées d'autres produits et services ou de solliciter des contributions ou des placements supplémentaires peuvent être considérés comme étant du Courrier personnalisé.</p> <p>Les envois de consentement doivent :</p> <ul style="list-style-type: none"> faire principalement la promotion du produit, du service ou de l'entreprise à titre de message principal offrir un choix au destinataire souligner les avantages de ces sélections offertes au destinataire porter clairement la marque. 	
Nature NON promotionnelle	
<p>Les envois de consentement dont le principal objectif est de satisfaire une obligation légale d'informer les destinataires d'un changement dans leurs rapports financiers ou leurs comptes et de fournir une option à choisir autrement sont considérés comme étant de nature non promotionnelle.</p> <p>Les envois de consentement non promotionnels reflètent habituellement les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> un message qui fournit des détails au sujet d'un changement récent ou à venir un changement qui est apporté au nom du destinataire un changement qui est obligatoire un changement qui est exigé par la loi. 	

2.3 Envois de fidélisation et de rétention

Le marketing de fidélisation et les campagnes de rétention sont des envois qui mettent l'accent sur la croissance et la fidélisation des clients existants grâce à des incitatifs, à la notoriété de la marque et à la reconnaissance de la clientèle.

NATURE PROMOTIONNELLE	
<p>Les envois de fidélisation et de rétention sont considérés comme du Courrier personnalisé lorsqu'ils :</p> <ul style="list-style-type: none"> visent à aider au rappel de la marque ont pour principal objectif de regagner les clients qui pourraient avoir quitté ou qui songent à rejoindre la concurrence reconnaissent la relation actuelle avec le client encouragent la fidélisation ou améliorent l'interaction ou les ventes offrent des incitatifs soulignent les avantages d'un changement récent ou à venir. 	
Nature NON promotionnelle	
<p>Les articles qui sont considérés comme étant de nature non promotionnelle comme un envoi de fidélisation ou de rétention aurait les objectifs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> aviser les clients d'un changement fournir des données transactionnelles, comme des factures et des relevés faire des mises à jour de manuels destinés à des professionnels ou d'autres documents d'information envoyer des articles pour traiter une commande. 	

2.4 Programmes de carte de fidélité

Les programmes de carte de fidélité récompensent les clients qui effectuent des achats auprès d'un même fournisseur ou d'une même entreprise dans le but d'abaisser le taux de roulement chez les utilisateurs, de maximiser les dépenses des clients existants et d'élargir la clientèle. Ces programmes offrent une carte de membre, sur laquelle les clients accumulent des points et reçoivent des offres exclusives.

NATURE PROMOTIONNELLE

Les programmes de carte de fidélité sont admissibles à titre de Courrier personnalisé lorsqu'ils :

- ▶ sont ouverts au grand public
- ▶ offrent des incitatifs, des points et des offres exclusives aux membres
- ▶ ne sont pas liés à une carte de débit ou de crédit.

Les programmes de carte de fidélité qui répondent à ces exigences ont le droit d'envoyer toutes les communications liées au fonctionnement de leur programme. Cela concerne, entre autres :

- les offres d'adhésion;
- les réponses à une demande de carte de fidélité sollicitée;
- les réponses à une demande de carte de fidélité non sollicitée;
- le renouvellement ou le remplacement d'une carte de fidélité;
- un avis de changements apportés au programme de fidélisation;
- un avis de changements apportés à l'ensemble du programme (tous les membres);
- un avis de changements apportés au statut ou aux avantages d'un membre particulier;
- le relevé d'un compte-carte de fidélité;
- le sommaire des points avec une offre promotionnelle;
- les détails de transactions;
- cartes de remerciement, d'anniversaire et de Noël pour les participants avec ou sans offre promotionnelle;
- la trousse de bienvenue, avec ou sans offre promotionnelle;
- des réductions propres au programme de fidélisation;
- l'envoi d'articles commandés en échange de points accumulés dans le compte-carte de fidélité (sous réserve des dimensions et du poids permis par le service Courrier personnalisé).



Nature NON promotionnelle

Les envois liés à un programme de carte de fidélité dans les catégories suivantes ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé en raison de leur nature transactionnelle :

- ▶ cartes et envois de fidélité qui ne sont pas ouverts au grand public
- ▶ envois liés à une adhésion et des associations provisoires
- ▶ programmes de fidélité liés à une carte de crédit ou de débit
- ▶ envois de nature informative liés à une adhésion professionnelle à une association.

Cartes de débit et de crédit



Associations professionnelles non ouvertes au public



NOTE: Ces articles peuvent cependant être admissibles en vertu d'une autre section de ce guide selon le but principal de l'article expédié.

2.5 Catalogues ou mini-catalogues

Les catalogues sont imprimés et contiennent une liste d'articles à vendre, y compris la description, le numéro et le tarif associés aux articles.

NATURE PROMOTIONNELLE

Catalogues :

Tous les catalogues, qu'ils soient payés ou gratuits, qui font la promotion d'un produit ou d'un service sont considérés comme des articles de nature promotionnelle.

Les catalogues comprennent habituellement les éléments suivants :

- ▶ une liste d'articles à vendre
- ▶ le prix et le numéro des articles
- ▶ généralement composés de plusieurs pages attachées ensemble
- ▶ le mot « catalogue » généralement dans le titre.

Mini-catalogue :

Le mini-catalogue est un excellent outil d'acquisition, idéal pour les entreprises de cybercommerce qui veulent fournir une liste des produits et services qu'elles proposent. Le mini-catalogue est une façon rentable pour nos clients de stimuler les 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.

Un mini-catalogue doit également respecter les critères suivants :

- ▶ contenir une liste d'articles à vendre
- ▶ fournir le prix et le numéro des articles
- ▶ contenir au moins 8 pages ou feuillets
- ▶ respecter les exigences liées aux envois mécanisables standard du service de Courrier personnalisé (postescanada.ca/cppcguides).



Nature **NON** promotionnelle

Les catalogues qui ne respectent pas la définition et les critères ci-dessus.

2.6 Calendriers et calendriers de collecte des déchets

Tableau ou série de pages indiquant les jours, semaines et mois d'une année en particulier, ou il peut également s'agir de renseignements saisonniers précis.

NATURE PROMOTIONNELLE

Les calendriers qui comprennent du contenu promotionnel envoyé aux clients ou donateurs actuels ou éventuels sont admissibles au service Courrier personnalisé.

Les calendriers promotionnels sont considérés comme étant de nature promotionnelle lorsqu'ils :

- ▶ ont pour objectif principal d'aider au rappel d'un contenu
- ▶ portent clairement la marque
- ▶ portent les coordonnées de l'expéditeur
- ▶ ont du contenu lié à la promotion de la marque
- ▶ contiennent des offres ou des rappels pour promouvoir davantage des entreprises, des événements ou des programmes.



Nature NON promotionnelle

Si le principal objectif est de distribuer des renseignements ou d'offrir une planification sous la forme d'un calendrier, l'article de courrier ne serait pas admissible au service Courrier personnalisé.



Les calendriers non promotionnels :

- ▶ peuvent ou non porter la marque
- ▶ sont destinés à être utilisés comme un horaire
- ▶ ne font pas la promotion d'un produit, d'un service ou d'un programme
- ▶ fournissent des renseignements ou des rappels, comme un horaire ou des coordonnées
- ▶ sont des calendriers qui sont envoyés pour traiter une commande.





2.7 Bulletins

Rapport écrit, émis périodiquement, habituellement par une entreprise, une institution ou un autre organisme, qui fournit des renseignements et des nouvelles aux personnes ayant un intérêt particulier pour l'organisation ou le sujet.

NATURE PROMOTIONNELLE	
<p>Les bulletins promotionnels sont utilisés pour mobiliser les clients en leur offrant des mises à jour et du contenu éditorial qui contribuera à encourager la fidélisation de la clientèle et au rappel d'une marque.</p> <p>Les bulletins promotionnels peuvent contenir des annonces, d'autres nouvelles ou du contenu rédactionnel, mais aussi :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ rappeler aux clients la valeur qu'ils apportent ▶ mettre en évidence les offres ou les ventes à venir ▶ annoncer des ventes, des incitatifs, des événements ou des dates d'inscription ▶ contenir des bons de réduction pour l'utilisation en magasin ou en ligne ▶ demander ou encourager les dons ▶ fournir des dates d'inscription ainsi que des coordonnées 	
Nature NON promotionnelle	
<p>Lorsque le but principal du bulletin est de communiquer des renseignements, il est considéré comme étant de nature non promotionnelle.</p> <p>Les bulletins non promotionnels présentent habituellement les caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ils contiennent principalement du contenu éditorial; ▶ ils visent à sensibiliser, informer ou diffuser de l'information. 	

2.8 Envois

Livraison d'un article demandé par le destinataire que ce soit avec ou sans frais.

NATURE PROMOTIONNELLE	
<p>L'envoi d'un produit est considéré comme étant promotionnel lorsque l'article est commandé par l'entremise d'une promotion précise ou si son image de marque permet à l'entreprise d'assurer la visibilité de sa marque auprès du consommateur (p. ex., promotions de boîte de céréales) est admissible à titre de Courrier personnalisé.</p> <p>Voici des exemples d'envois d'articles promotionnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ cadeaux ou échantillons gratuits qui portent clairement la marque ▶ articles gratuits dont l'intention est le rappel d'un produit ou d'une marque ▶ articles gratuits envoyés à la suite d'une promotion ou d'un concours ▶ articles gratuits envoyés pour encourager les ventes futures ▶ échantillons accompagnés d'un coupon ou d'un autre incitatif. 	
Nature NON promotionnelle	
<p>Les articles expédiés dans le but d'exécuter une commande de produit ou de service ne sont pas admissibles à titre d'envoi Courrier personnalisé.</p> <p>Les envois d'articles non promotionnels comprennent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ les articles pour lesquels un paiement a été effectué ▶ les articles qui sont reçus dans le cadre d'un abonnement ▶ les articles envoyés dans la cadre d'une commande. 	 <p>Dans cet exemple, le "kit de démarrage gratuit" est considéré comme promotionnel, mais les articles subséquents souscrits mensuellement ne sont pas admissibles.</p>

2.9 Sondages


Document avec l'intention de recueillir les opinions d'un groupe d'individus, en fonction d'une série de questions.

NATURE PROMOTIONNELLE

Sondages qui ont l'intention de recueillir des renseignements sur les consommateurs qui seront utilisés pour inciter une personne à acheter ou à utiliser un produit ou un service ou à soutenir une cause.

Un sondage est promotionnel dans les cas suivants :

- ▶ les renseignements recueillis seront utilisés pour obtenir un aperçu d'une préférence ou de l'expérience du client aux fins futures de marketing;
- ▶ le sondage décrit les avantages auxquels le participant aura droit grâce à sa participation;
- ▶ les résultats permettront d'améliorer les options, les services ou les produits offerts au destinataire;
- ▶ il est conçu pour aider un consommateur à prendre une décision.



Nature NON promotionnelle

Les sondages d'opinion et les recensements visent à recueillir des renseignements à des fins pédagogiques ou de planification et ne font pas la promotion d'un produit ou d'un service. Ainsi, ils ne sont pas considérés comme des envois Courrier personnalisé.

Des sondages qui :

- ▶ recueillent de l'information qui sera utilisée aux fins de recherche ou dans le cadre d'une étude;
- ▶ sont conçus pour obtenir des données statistiques;
- ▶ ne communiqueront en aucune façon avec le participant après le sondage.

Directives pour répondre à ce questionnaire

Il vous faudra environ 60 à 90 minutes pour répondre à ce questionnaire. Veuillez bien suivre les directives. Un email demandera de valider les questions qui ne s'appliquent pas à votre situation.

- Ne pas vous permettre de prendre le temps de répondre à ces questions. Toutefois, si vous préférez ne pas répondre à l'une d'entre elles, sélectionnez « Sauter ».
- Remplissez les cases de cette façon :
- Entrez les chiffres dans les cases de cette façon :
- Si vous faites une erreur, tracez un X sur le réponse incorrecte.
- Avant de commencer à répondre au questionnaire, assurez-vous d'avoir un accès total aux renseignements pertinents.
- Ne cliquez pas le document.

Si vous ne savez pas quelle réponse indiquer pour une question, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

Nom de l'entreprise : 1 888 226-6676
 Adresse courriel : 617-249-8758
 nom@entreprise.com

Dans les deux dernières semaines, à quelle fréquence avez-vous été intrigué par l'un des problèmes suivants?

Problème	Jamais	À peine parfois	Parfois	Presque toujours
1. Parts d'intérêt envers les médias sociaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Sarcasme de collègues, de clients ou de clients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Difficulté à travailler ou à rester motivé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Excès de travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Manque d'opportunités de développement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Difficulté de concentration	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Manque de reconnaissance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si vous ne savez pas quelle réponse indiquer pour une question, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

Si vous avez rencontré un ou plusieurs de ces problèmes, dans quelle mesure avez-vous été capable de travailler, de rester à vos tâches quotidiennes ou d'être intrigué par d'autres questions?

Pas du tout Un peu Beaucoup Extrêmement

2.10 Cartes de souhaits ou de remerciement


Carte décorative envoyée pour transmettre des vœux, habituellement liée à une fête ou une occasion ou pour témoigner sa reconnaissance et ses remerciements.


NATURE PROMOTIONNELLE


Les cartes de souhait ou de remerciement utilisées pour favoriser le rappel des marques, favoriser l'achalandage dans les magasins ou encourager les autres dons à l'avenir sont admissibles à titre de Courrier personnalisé.

Les cartes doivent :

- ▶ porter clairement la marque;
- ▶ être envoyées aux clients actuels ou potentiels;
- ▶ fournir des coordonnées;
- ▶ être personnalisées pour le destinataire.








Nature NON promotionnelle

Les cartes de vœux qui ne portent pas de marque, qui sont envoyées à des contacts personnels ou qui sont des invitations à des événements de nature personnelle ne sont pas admissibles au service Courrier personnalisé.

Cartes de nature non promotionnelle :

- ▶ invitations de noce
- ▶ annonce de naissance
- ▶ fêtes d'anniversaire.



2.11 Trousses de bienvenue

Les trousses de bienvenue sont 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.

NATURE PROMOTIONNELLE

Lorsqu'elle contient des renseignements importants visant à promouvoir l'utilisation du programme ou du service ou qu'elle fournit des incitatifs pour que les destinataires s'inscrivent à des programmes ou des services supplémentaires, les trousses de bienvenue peuvent être admissibles à titre de Courrier personnalisé.

Les trousses de bienvenue doivent :

- ▶ porter clairement la marque;
- ▶ fournir des renseignements pour encourager ou faciliter l'utilisation du service;
- ▶ fournir des coordonnées pour obtenir de l'aide ou des occasions de vente supplémentaires;
- ▶ être personnalisées pour le destinataire;
- ▶ remercier ou reconnaître le destinataire pour l'entreprise;
- ▶ faire la promotion de services supplémentaires qui complètent le service.

Trousse de bienvenue de notre entreprise



Les outils dont vous avez besoin

Bienvenue dans notre entreprise!

Nous espérons vraiment que vous tirez pleinement profit de nos services qui sont énumérés ci-dessous.

Voici votre nom d'utilisateur : Client

Voici votre numéro de compte : 1234567

Voici votre mot de passe temporaire : Mot de passe

Vous trouverez ci-joint tous les outils dont vous aurez besoin pour maximiser l'utilisation de ce que vous avez acheté.

Nous espérons que vous aimez ce produit, et si vous souhaitez obtenir une mise à niveau, veuillez communiquer avec nous par courriel à l'adresse suivante : achetezavantage@notreentreprise.com

Nature NON promotionnelle

Lorsqu'une trousse de bienvenue contient uniquement de l'information sur un compte ou des modalités d'achat, elle n'est pas admissible au service Courrier personnalisé, car elle vise uniquement à fournir des renseignements utiles à l'abonné ou à l'acheteur.

Les trousses de bienvenue de nature non promotionnelle peuvent contenir :

- ▶ Reçus
- ▶ Factures
- ▶ Avis
- ▶ Avis juridiques et modalités
- ▶ Procurations
- ▶ Reçus pour fins d'impôts
- ▶ Exécution de l'article en tant que tel.

Bienvenue



à votre nouveau compte de crédit

Bienvenue dans votre compte d'épargne.

Vous trouverez dans cet envoi la carte de crédit que vous avez demandée dans votre formulaire de demande.

Nous avons inclus la facture liée à votre achat en magasin effectué au moment de l'approbation préalable, ainsi que votre limite de crédit et votre solde actuel.

Nous avons également inclus les modalités.

Veuillez activer la carte que vous avez commandée en suivant les directives fournies.

Nous avons également inclus la facture liée à votre achat en magasin effectué au moment de l'approbation préalable.

Merci.

2.12 Offres et avis de renouvellement

Les offres et avis de renouvellement invitent les destinataires à renouveler leur abonnement à un produit ou un service ou s'y inscrire.

Nature promotionnelle

Les offres de renouvellement qui offrent à un abonné une réduction promotionnelle spéciale ou un incitatif de renouvellement sont considérées comme étant de nature promotionnelle. Les offres de renouvellement qui exigent que le destinataire passe à l'action et prenne les dispositions nécessaires pour faire un paiement peuvent être considérés comme étant de nature promotionnelle.

Les offres et avis promotionnels de renouvellement doivent :

- ▶ offrir des incitatifs pour renouveler un service ou un abonnement;
- ▶ rappeler à un abonné l'expiration à venir et souligner les avantages du renouvellement;
- ▶ exiger une action ou un paiement par le consommateur ou l'abonné.

**RENOUVELEZ VOTRE
ABONNEMENT
MAINTENANT ET
ÉCONOMISEZ 20 %**



Votre abonnement prendra fin le JJ/MM/AA.

Nature NON promotionnelle

Les avis de renouvellement informent le destinataire d'une date d'expiration ou de la fin de leur abonnement à venir, et aucune mesure n'est requise. Le renouvellement est soit automatiquement organisé ou retiré dans le cadre d'une entente existante, et aucune mesure n'est requise.

Les avis de renouvellement de nature non promotionnelle :

- ▶ avisent de la résiliation ou de l'expiration d'un service ou d'un abonnement;
- ▶ n'exigent aucune mesure;
- ▶ avisent d'un renouvellement automatique (paiement automatique);
- ▶ fournissent un contrat au moment du renouvellement.



Madame, Monsieur,

Nous vous avisons que votre service est sur le point d'expirer.

Nous allons automatiquement renouveler ce service, et les frais sont portés à votre compte figurant au dossier.

Vous trouverez ci-joint votre nouveau contrat et les modalités de service.

Aucune mesure n'est requise de votre part.

Vous pouvez nous appeler au 1 855 234 5678 si vous avez des questions ou visiter notre site Web à l'adresse www.votreentreprise.com.

3 PERSONNALISATION ET CRÉATIVITÉ



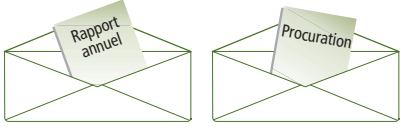
Bien que vos articles doivent respecter la définition du Courrier personnalisé, vous pouvez faire preuve de créativité en personnalisant vos messages. Les articles d'un envoi donné n'ont pas à être identiques dans le contenu ou uniforme et peuvent en fait être de taille, de poids et d'épaisseur variés, à condition que les articles :

- demeurent dans la même catégorie d'échelle de poids et de dimensions;
- proviennent d'un même propriétaire du courrier (c.-à-d. que le numéro de client figurant dans la vignette doit être identique pour tous les articles de courrier); et
- fassent partie de la même catégorie de préparation du courrier (p. ex., courrier mécanisable ou manutention spéciale).

Le service Courrier personnalisé est une méthode de marketing direct éprouvée et efficace qui vous offre la possibilité de personnaliser vos envois et de concevoir des messages promotionnels ciblés pour des clients actuels et des clients potentiels précis. Si vous n'avez pas de liste de clients, nos solutions de ciblage peuvent vous aider à cibler des clients potentiels à l'échelle du code postal (au moyen des adresses), tout en ayant l'avantage d'avoir accès à des listes exactes d'adresses de résidences, d'immeubles à unités multiples, d'appartements, de petits bureaux et bureaux à domicile (PBBD) et d'entreprises au Canada.

3.1 Article Poste-lettres^{MC} en pièce jointe

Un article Poste-lettres peut être inclus avec un article Courrier personnalisé admissible. Choisissez parmi les options suivantes celles qui conviennent le mieux à vos besoins en matière d'expédition.

OPTION 1	OPTION 2	OPTION 3
<p>Une enveloppe contient les deux articles : le rapport annuel, qui est envoyé au tarif du service Courrier personnalisé, et la procuration, qui est expédiée au tarif du service Poste-lettres.</p>  <p>L'affranchissement est une combinaison des deux prix :</p> <p>Courrier personnalisé (rapport) + Tarif du service Poste-lettres (<u>procuration</u>) Tarif postal total</p> <p>(Normes de livraison du service Courrier personnalisé)</p>	<p>Une enveloppe contient à la fois le rapport et la procuration, et les deux articles sont expédiés ensemble au tarif du service Poste-lettres.</p>  <p>Tarifs du service Poste-lettres</p> <p>(Normes de livraison internationales du service Poste-lettre)</p>	<p>Le rapport annuel ou bulletin de vote et la procuration sont expédiés séparément selon les tarifs applicables.</p>  <p>Tarifs du service Courrier personnalisé Tarifs du service Poste-lettres</p> <p>(Courrier personnalisé) (Normes de livraison du service Poste-lettres) (normes de livraison)</p>

4 PROCÉDÉ OFFICIEL D'ADMISSIBILITÉ

Tous les articles de Courrier personnalisé doivent respecter la définition du contenu et les exigences énoncées dans le Guide du client sur le service Courrier personnalisé – postescanada.ca/cppcguides.

Si vous n'êtes pas certain si vos articles sont admissibles au service Courrier personnalisé, nous vous encourageons à faire évaluer vos articles de courrier en communiquant avec notre Réseau du service aux entreprises (RSE) au 1 866 757-5480. Chaque article est évalué individuellement par rapport à notre définition du Courrier personnalisé, et les articles admissibles recevront un numéro de billet d'approbation, valide pendant 12 mois, qui peut être ajouté à votre *commande (Déclaration de dépôt)* afin de s'assurer du bon déroulement du dépôt.

NOTE: Lorsqu'un article est évalué et déterminé comme étant admissible au service Courrier personnalisé, c'est chaque article qui est approuvé et non la campagne ou l'initiative globale de marketing.