



Date de parution : Janvier 2009

Média: Internet

Périodicité : Journalière

## Conseils pour mener à bien une campagne de Fax-mailing



Qu'il s'agisse de vendre, promouvoir, fidéliser, informer ou relancer, le **Fax mailing** a une carte à jouer. Ce média permet de transmettre un message écrit à des centaines ou des milliers de prospects dans la journée.

**TooFAX** assure un service complet : depuis la location d'une base de données renseignée, le conseil pour la création du mailing, la gestion des envois en masse, jusqu'à celle des retours.

Pour les professionnels du marketing direct, le **Fax** fait partie aujourd'hui du plan média et vient le plus souvent en complément du mailing courrier, du catalogue ou des relances téléphoniques", explique Patrice Gueudelot, fondateur et dirigeant des services **TooFAX**, qui précise que le parc de **Fax** en France est estimé à plus de deux millions d'unités.

Outil d'entreprise avant tout, le fax a l'avantage d'être peu coûteux, à partir de 0.03 € HT la page **Fax** réellement reçue par le destinataire.

Le **fax mailing** est facile à mettre en œuvre, surtout en passant par un prestataire comme **TooFAX**. C'est un support qui offre le coût au contact le plus faible du marché, et c'est un média quasi de temps réel.

De plus, le **Fax mailing** offre une grande réactivité, en général, 90 % des retours d'une opération sont générés sous 48 heures.

Comme les autres médias de marketing direct, une campagne de **Faxing** est optimisée par une utilisation fine de l'outil. Le ciblage des destinataires, la nature de l'information transmise, le choix de l'heure et de la date d'envoi, ou encore la personnalisation du message font toute la différence.

Pour plus d'informations : [www.toofax.com](http://www.toofax.com)

Source : <http://www.wikio.fr/article/89104790>