

# PUBLICITÉ : 9 CONSEILS POUR FAIRE UN BON FLYER

## 1. Cernez bien votre cible



Pour cela, posez-vous toutes les bonnes questions :

- A qui s'adresse mon produit ? ou mes services ?
- Mon client(e) type (cœur de cible) est-il plutôt un homme ou une femme ?
- Quel est son âge ? quels sont ses goûts ? son pouvoir d'achat ?
- Où habite-t-il ?
- Achète-t-il mon produit parce qu'il est utile ou pour se faire plaisir ?

En faisant ainsi le «portrait robot» de votre client, vous trouverez plus facilement les mots et les images auxquels il sera sensible.

## 2. Sélectionnez votre meilleur argument



Vous ne pouvez pas tout dire dans un minimum de place. Mettez en avant ce qui fait votre plus et qui donnera à votre prospect l'envie de vous contacter. Exemple : le produit qui ne se trouve pas ailleurs, un style, une ambiance qui fait votre originalité, un service qui facilite la vie.

A noter : le prix est un argument universel, mais parfois il ne veut rien dire, si le client ne peut pas comparer, s'il s'agit d'un achat plaisir non nécessaire. L'argument prix est parfois dangereux, car il ne contribue pas à forger une bonne image de marque (sauf si votre métier est d'être un soldeur professionnel).

## 3. Placez votre meilleur argument en «pole position»

Lors d'un feu d'artifice, le bouquet final arrive ... à la fin. En pub, c'est l'inverse. Valoriser votre meilleur argument en lui consacrant toute une page. Dites en seconde position que vous faites aussi autre chose, que vous avez une gamme, des services ...

## 4. Parlez de préférence en images

L'image attire plus que le texte. Essayez de trouver des images attirantes et séduisantes. Si le visuel est parlant, le lecteur a plus de chance de lire avec attention l'ensemble de votre offre.



## 5. Adoptez le bon style



Utilisez des couleurs qui flashent si le prix est votre meilleur argument. Sinon adoptez les codes couleurs de l'univers qui est le votre.  
Exemples : images douces et paisibles pour les soins du corps  
ambiance design pour un service innovant

## 6. Concluez par un élément incitatif

Ex. Offre limitée dans le temps, cadeau de bienvenue ...

## 7. Testez votre maquette

Avant de passer à l'impression, testez votre maquette. Attention, ne le faites pas auprès d'amis proches qui seront influencés car un, ils vous connaissent et deux, ils voudront vous faire plaisir. Soumettez-la à quelqu'un de neutre en lui posant ces questions :

- Que voyez-vous ? .....
- Qu'est-ce que cela vous inspire ? .....
- Cela vous donne envie de venir ? Oui, pourquoi ? ..... Non, pourquoi ? .....
- Qu'est-ce que vous aimez surtout ? ..... Qu'est-ce que vous aimez le moins ? .....

## 8. Pensez à la diffusion

Avant même de commencer, posez-vous les questions : où ? et comment vais-je diffuser mon flyer ?

Si vous visez une clientèle de proximité, une distribution en boîtes aux lettres, sur les voitures ou de la main à la main, est envisageable.

Si votre clientèle est ciblée (ex. les touristes étrangers) pensez aux lieux où vous pourrez l'atteindre (ex. Les hôtels) et envisagez des partenariats ou échanges de bons procédés.

A savoir : il est interdit de distribuer des flyers dans les espaces privés (ex. Centre commercial, stade, salle de concert) et dans certains espaces publics hors autorisation.

## 9. Restez dans la légalité

N'annoncez pas de promesses mensongères.

N'oubliez pas les mentions obligatoires : « Défense de jeter sur la voie publique », RC ou signature imprimeur,

Les photos utilisées doivent être libres de droit (ne pas employer des photos prises sur internet).

La signature du photographe doit être présente.