

MONTER UN PLAN FICHIER

Les règles d'or pour une stratégie fichier efficace !

1. Définir sa problématique

Le plan fichier regroupe toutes les étapes d'une opération de prospection : mise aux normes postales, identification des doublons, des déménages et décédés, reformatage téléphone, fax et e-mail, etc. Le montage d'un plan fichiers intègre des problématiques diverses et complexes : identification de l'origine du fichier, choix de son interlocuteur, négociation des conditions de vente, location d'adresses à usage unique ou multiple, etc.

L'élaboration d'un plan fichier peut correspondre soit à une **logique d'optimisation** (l'entreprise dispose de sa propre base de données client et cherche de nouveaux fichiers pour l'alimenter ou prospecter sur une nouvelle cible) soit à une **logique de croissance** (l'entreprise part de rien et veut se constituer une base en propre et optera donc plutôt pour de forts volumes).

2. Connaître sa cible

Lorsque l'on entreprend de rechercher les meilleurs fichiers d'adresses qui soient, il est indispensable d'avoir préalablement défini sa cible. Pour réaliser une requête précise auprès de son prestataire (courtiers, propriétaires, producteurs), la **sélection des critères** est une étape primordiale qui permet d'effectuer une recherche pertinente et adaptée. Par exemple, pour un **cœur de cible** situé parmi les 25-35 ans, il faut prendre en considération le fait que cette tranche d'âge n'existe pas forcément sur le marché des fichiers. Il sera donc plus judicieux de croiser des sources requêtées sur des tranches en décalage : 20-30 ans. Il faudra également faire attention à ne pas faire de requêtes irréalisables du type « acheteur à distance et habitant dans le Sud-Ouest ». Mieux vaut dans ce cas élargir un peu sa cible de départ et limiter vos critères de sélection, certains n'étant pas disponibles dans tous les pays (par exemple, le code Sic anglais, on retrouvera moins de renseignements sur les sociétés qu'avec le Siret français).

3. Faire une requête précise

Une fois la problématique et la cible définies, une requête doit être formulée auprès de l'acteur de votre choix. **La Poste**, dans le cas d'une demande spécifique, lancera une recherche afin d'identifier les fichiers correspondants disponibles sur la marché de la donnée. Si vous effectuez

une demande en ligne sur notre **plateforme sécurisée**, vous pourrez sélectionner vous-même une liste de critères afin de mesurer le potentiel d'adresses exact de votre future campagne. Selon la nature du fichier (adresses postales ou e-mails), le travail sera plus ou moins compliqué. Il est donc indispensable de bien préparer en amont la formulation de sa requête pour être sûr d'obtenir le meilleur plan fichier qui soit.

4. Choisir le type de fichiers

Il existe deux grands types de fichiers sur le marché : ceux commercialisés par des entreprises dont la donnée n'est pas l'activité principale (**vépécistes, titres de presses, enseignes de distribution, qui commercialisent leurs propres bases de données**), puis ceux constitués par des **spécialistes de la data** qui sont souvent de grosses bases de données (**méga bases, bases comportementales, etc.**). Il est également important de s'assurer de la fraîcheur des données, cela garantit de meilleurs rendements, et de valider ces fichiers par rapport aux normes spécifiques à chaque pays, afin d'assurer une distribution correcte des messages.

5. Identifier le mode de recrutement des données

La qualité d'un fichier dépend grandement de la méthode de collecte utilisée. D'après de nombreuses études, les annonceurs qui utilisent le marketing direct privilégient généralement les données collectées par mailing plutôt que par couponing dans la presse. Il est intéressant de poser un certain nombre de questions au loueur du fichier, par exemple : **les données ont-elles été recueillies par téléphone, par courrier ou en face à face ?** Ont-elles été délivrées en déclaratif ou s'agit il d'informations comportementales ? Dans le cadre d'un fichier e-mail, il faudra vérifier que les adresses sont toutes « **opt-in** », c'est-à-dire que le propriétaire de l'adresse a préalablement donné son accord à recevoir des prospections directes. Il existe encore sur le marché des acteurs peu scrupuleux qui, sur des secteurs de niches, proposent des fichiers dont les données sont récoltées sans le consentement des internautes. Les **bases de données** de La Poste sont **qualifiées et mutualisées**, elles s'appuient sur un **mode de collecte déclaratif et/ou comportemental** en fonction du pays et de la typologie d'adresse demandée.



MONTER UN PLAN FICHER

6. Vérifier la déclaration à la CNIL

Un fichier non déclaré à la CNIL est susceptible d'engendrer des poursuites qui peuvent entraîner des sanctions lourdes pour l'entreprise qui l'aurait utilisé. Mieux vaut donc s'assurer que le propriétaire a bien déclaré son fichier auprès de l'institution concernée. Pour vous assurer que cela a bien été fait, l'annonceur peut demander au loueur de lui fournir le numéro de déclaration CNIL du fichier. **Avec La Poste, vous avez la garantie d'avoir des bases déclarées à la CNIL du pays d'origine et vous n'avez pas besoin de les déclarer à nouveau en France.**

7. Usage unique ou multi-usage ?

La location des données est l'usage le plus courant sur le marché mais elle ne donne droit qu'à une seule utilisation de la part de l'annonceur. Si celui-ci souhaite effectuer des relances, il devra au préalable négocier avec le vendeur des avenants au contrat de location. Avec La Poste, dans le cadre d'une **location à usage unique**, le fichier est **utilisable une seule fois dans les 30 jours** qui suivent la livraison du fichier. Cela permet notamment que le fichier soit à jour avec la prise en compte des PND*, nettoyage de fichiers, mais surtout de la gestion des désabonnements. La location à usage multiple de fichiers est assez fréquente dans le secteur du « Business to Business » alors qu'il est plus rare dans le secteur du « Business to Customer ». La **location à usage multiple consiste à louer un fichier d'adresses utilisable tant de fois que vous le souhaitez pendant 12 mois**. Vous vous engagez alors contractuellement à le détruire au bout de cette durée. Il faut savoir que le propriétaire du fichier a le moyen de contrôler si vous avez respecté cette condition du contrat ou non, par le biais d'adresses pièges insérées dans le fichier. Le fichier peut être utilisé dans le cadre d'actions de prospection ou de communication mais il ne peut être cédé (titre gratuit) ou commercialisé à des tiers, même s'il s'agit de filiales.

Dans le cas où le prestataire de service se rendrait compte que le fichier a été réutilisé après la fin de validité du contrat, il est d'usage de procéder à une nouvelle facturation, mais le propriétaire du fichier a le droit de mettre en place des actions juridiques envers le client.

8. Dédupliquer et normaliser

Lorsque vous décidez de louer un fichier d'adresses, il faut s'assurer que des adresses présentes dans votre fichier prospects ne soient pas déjà présentes dans votre fichier clients. **Pour cela, il est fortement conseillé de procéder à une déduplication afin d'éviter les éventuels doublons, suivi d'un traitement RNVP** du fichier.** Ce service permet d'optimiser le coût de votre campagne en ne disposant pas de la même adresse plusieurs fois et d'améliorer votre image de marque auprès des destinataires. Le traitement RNVP consiste à restructurer les différents éléments de l'adresse à la bonne place par rapport aux normes de chaque pays, **contrôler et respecter les normes postales** et vérifier l'exactitude des informations par rapport aux fichiers des opérateurs postaux de référence (codes postaux, villes, n° de voie). Ainsi vous disposez d'un fichier propre et prêt à l'emploi.

9. La livraison

Avec La Poste, la livraison est effectuée directement au client dans le cadre d'une location annuelle, c'est-à-dire à usage multiple, ou au Tiers de confiance* par FTPS (sécurisé) dans le cadre d'une location à usage unique. Lors de la livraison, une variation à la baisse ou à la hausse de la quantité des adresses est possible en raison des mises à jour (prise en compte des PND, désabonnement et enrichissement). Généralement, lorsque vous louez des adresses, elles peuvent être mises à votre disposition sur différents supports : **étiquettes ou enveloppes, CD-Rom ou téléchargement (via FTPS).**

Notre **plateforme sécurisée** vous présente nos services dédiés à l'adresse :

www.laposte.fr/globaddress

Découvrez tous nos services :

Du traitement RNVP** de votre fichier à la restitution des déménagés, en passant par le géomarketing et l'enrichissement téléphonique, Globaddress Optimis est l'offre spécialisée dans la gestion des données.

Bénéficiez d'un audit gratuit de votre fichier d'adresses en moins de 48h !

Vous souhaitez prospector des entreprises, des professionnels d'un secteur spécifique ou des particuliers ?

Globaddress Location est l'offre multicanal qui vous propose des adresses internationales qualifiées.

Bénéficiez d'un comptage gratuit et mesurez votre potentiel d'adresses internationales en moins de 48h !

Pour plus d'informations sur nos services :

contactez votre interlocuteur commercial La Poste ou appelez-nous au 3634, du lundi au vendredi, de 8h30 à 19h30 (0,34€ TTC / min à partir d'un téléphone fixe).

* Plis Non Distribuables.

** Restructuration Normalisation et Validation Postale.

*** Le Tiers de confiance est la société (exemple : routeur ou SS2I reconnue de la profession) qui intervient comme intermédiaire entre le propriétaire du fichier et le client qui loue le fichier.

Le Tiers de confiance a un accès direct au fichier et prend en charge les campagnes marketing direct pour le compte du client. Il s'engage auprès du propriétaire à respecter la confidentialité de ce fichier.