

Mémo

Promotion du journal *Dimanche* par abonnements

I. AVANT-PROPOS

Cette note est rédigée afin de vous soutenir dans les efforts que vous déployez pour assurer une bonne promotion du journal.

De nombreux contacts en paroisse ont permis d'identifier différentes démarches entreprises ici et là et qui méritent d'être connues de tous.

L'objectif ainsi poursuivi est d'élargir votre réflexion et d'y intégrer les éléments adaptés à votre situation. Cela vous permettra de mettre en place des campagnes d'abonnement efficaces.

II. FIDELISER LES ABONNES ACTUELS

Les gens font de moins en moins la démarche de l'abonnement. Aussi est-il important de fidéliser ceux qui sont déjà abonnés.

A. Susciter l'intérêt envers le journal

En général, les lecteurs de *Dimanche* sont fidèles. La qualité rédactionnelle du journal est bien appréciée. Toutefois, on constate que si on ne fait pas d'effort de promotion, même les lecteurs jugés fidèles peuvent oublier de renouveler leur abonnement.

Aussi :

Pendant l'année, ne pas hésiter de faire référence dans une homélie à un article ou une information du journal. Et ce d'autant plus si vous y insérez les annonces paroissiales.

B. Relancer personnellement les abonnés

En période de réabonnement, l'envoi d'un courrier par la Poste ou la distribution nominative aux abonnés de l'avis de renouvellement de leur abonnement est important.

Par ce biais, vous établissez au moins une fois par an un contact personnalisé avec chacun d'entre eux. Soignez alors la présentation de votre document et

montrez-leur qu'en tant que responsable paroissial vous tenez à ce journal et vous considérez qu'il représente un apport enrichissant pour ses lecteurs.

Depuis l'année dernière, la rédaction du journal insère courant octobre ou novembre un article appelant aux dons et aux abonnements. Profitez de cette période pour lancer votre propre campagne d'abonnement. Plus l'information sera communiquée plus vous aurez de chance de sensibiliser vos abonnés.

Si, suite à la première vague d'avis de renouvellement, vous constatez des défections, n'hésitez pas à relancer une deuxième fois puis une troisième fois vos abonnés. Cette pratique de relance n'est pas négative. Elle permet à ceux qui ont égaré ou oublié votre premier avis de souscrire un nouvel abonnement.

III . ACQUERIR DE NOUVEAUX ABONNES

A. Faites de vos abonnés vos principaux promoteurs

Des paroisses ont mis en place ce système. Vos énergies sont limitées, n'hésitez pas à les démultiplier. Envoyez à vos abonnés, la liste complète des abonnés. Demandez-leur de la parcourir pour voir quelles sont les personnes de leur entourage qui n'y figurent pas et d'aller leur proposer l'abonnement. Rien ne vaut le bouche à oreille pour valoriser le journal et inciter d'autres paroissiens à s'y abonner.

B. Relancez vos anciens abonnés

N'hésitez pas à relancer vos anciens abonnés, vous pourriez être agréablement surpris. En même temps que vous sollicitez vos abonnés actuels, reprenez vos listes des trois dernières années et adressez-leur l'avis d'abonnement.

C. Proposez l'abonnement systématiquement aux nouveaux paroissiens

N'hésitez pas lors de vos contacts avec ces nouveaux paroissiens de leur proposer l'abonnement au journal. Si vous estimez que cette démarche est difficile, abonnez-les gratuitement pendant 6 mois ou un an et, au terme de ce délai, proposez-leur l'abonnement.

Les occasions de rencontrer de nouveaux paroissiens sont principalement celles des fêtes religieuses et des sacrements (baptême, première communion, profession de foi, confirmation, mariage). Bien souvent, on constate qu'une fois ces occasions passées, aucun lien ne subsiste avec ces personnes. Ne ratez pas ces occasions d'établir un lien durable avec eux.

D. Allez où vous n'êtes pas présent

Profitez de la campagne de réabonnement pour élargir votre communication vers ceux avec qui vous n'avez plus de contact.

Adressez un courrier ou le journal (avec ce courrier encarté) « toutes boîtes » sur votre territoire paroissial pour inviter les personnes à prendre un abonnement.

Pour réduire les frais, limitez ce « toutes boîtes » à un quartier ou à quelques rues que vous jugez prioritaires (aucun lien avec la paroisse,...).

Profitez de cette occasion pour joindre d'autres communications : calendrier paroissial, brochure de présentation de la paroisse et de ses différentes activités. Ou, inversement, profitez de l'occasion de l'envoi de vos brochures et calendriers paroissiaux pour proposer l'abonnement au journal.

E. Démultipliez les lieux de promotion du journal

Afin de soutenir vos efforts de promotion, nous mettons à votre disposition des présentoirs. Le principal lieu de promotion reste l'église mais n'hésitez pas à mettre une affiche dans une école, chez des commerçants sympathisants, auprès des différents groupes actifs dans la paroisse (mouvement de jeunesse). En sensibilisant les responsables de chaque groupe de la paroisse, eux mêmes assureront la promotion des abonnements auprès des membres de leur groupe. Plus vous multipliez les lieux de promotion, plus vous toucherez vos paroissiens au sens large.

IV. DEMARRER LA PROMOTION DU JOURNAL

Lorsque le journal n'est pas du tout diffusé dans votre paroisse deux cas de figure s'offrent à vous.

A. Les abonnements groupés

Cette formule est la plus avantageuse financièrement. La paroisse rassemble les abonnements et transmet la liste au journal (minimum 20 abonnés). La paroisse perçoit les abonnements suivant un prix qu'elle fixe elle-même et paie les factures que le journal lui transmet par la suite.

Cette formule permet à la paroisse d'insérer ses chroniques locales et de répercuter ce coût ainsi que ceux dus aux efforts de promotion sur le prix de l'abonnement. De plus, avec cette formule, vous avez le droit d'insérer des publicités locales sur lesquelles vous réalisez un bénéfice.

Sachez que ce sont bien évidemment les annonces locales qui sont le plus lues. Vos efforts de promotion seront ainsi d'autant facilités que vos paroissiens trouveront dans le journal les informations qui les concernent directement.

1. Première campagne d'abonnement

Tous les points détaillés dans le précédent titre « Acquérir de nouveaux abonnés » sont d'application. Cependant on peut y adjoindre une initiative supplémentaire.

Les paroissiens les plus faciles à toucher sont les pratiquants. Encore faut-il qu'ils connaissent le journal. Aussi mettez à leur disposition ou mieux distribuez-leur pendant quelques semaines d'affilée des exemplaires du journal. En même temps, collectez les abonnements. Le présentoir est un bon moyen pour diffuser alors les avis d'abonnement contenant le bulletin de virement imprimé avec le numéro de compte paroissial.

2. Campagnes d'abonnements suivantes

Reprenez les points du titre « Fidéliser vos abonnés » et « Acquérir de nouveaux abonnés ».

B. Les abonnements individuels

Si vous avez déjà d'autres outils de communication, Dimanche peut être proposé aux paroissiens comme un complément pour leur formation et information religieuse. Dans ce cas, les abonnements sont directement souscrits auprès de Dimanche. Nous mettons à votre disposition un présentoir avec des brochures d'abonnements au compte de Dimanche.

Votre première campagne d'abonnements et les suivantes se construisent de la même manière que pour les autres formules d'abonnements. Reportez-vous donc aux précédents chapitres.

V. LES OUTILS DE PROMOTION COURAMMENT UTILISES

A. Les courriers de promotion

La lettre envoyée à vos abonnés est un des premiers éléments de votre promotion. Considérant les frais d'expédition postaux pour l'envoi de ce courrier, il s'agit de bien rédiger ce courrier pour ne pas devoir renouveler l'opération. Ainsi communiquez d'une manière positive.

1. Un merci pour le soutien déjà apporté les années précédentes fait toujours plaisir.
2. Mettez en lumière la qualité du journal et l'objectif de trait d'union qu'il remplit pour beaucoup de personnes dans la population. Ce journal est singulier, sans équivalent dans la presse belge, et il est bon de le rappeler.
3. Indiquez simplement le montant de l'abonnement.
4. Fixez les modalités de règlement de leur participation. Soyez le plus clair possible. Et plus vous leur facilitez le travail, plus ils seront prêts à effectuer ce geste. Dans cet esprit, joindre une enveloppe de retour ou un bulletin de versement aux coordonnées de la paroisse est un moyen efficace.
5. Laissez toujours les coordonnées d'un responsable auprès de qui les abonnés pourront poser des questions ou demander des précisions.
6. Suggérez à votre abonné de devenir lui-même promoteur. Citez les différents rôles qu'il peut remplir afin de vous aider dans votre tâche.
7. Enfin, évitez de faire de ce courrier un support pour d'autres messages. Plus vous concentrez votre communication sur un point précis, plus ce message sera reçu.

B. Les documents annexes offerts aux abonnés

Plusieurs initiatives sont prises dans ce domaine. Certaines paroisses remettent en même temps que l'enveloppe de soutien :

1. Un calendrier paroissial reprenant les grandes fêtes locales.
2. Une brochure de présentation de la paroisse et de ces activités.

C. Le présentoir

Mis dans le fond de l'église, il complète votre communication orale et écrite pour la promotion du journal auprès des paroissiens. Un bac, fixé sur le présentoir, permet de mettre à leur disposition les documents de votre choix.

VI. FIXER LE PRIX DE L'ABONNEMENT

Dans notre précédente brochure d'abonnement, nous avons déjà abordé ce point. Nous vous invitons donc à relire l'encadré pages 5 et 6.

Nous vous en rappelons le principe de base : votre prix d'abonnement doit non seulement couvrir le prix de l'abonnement mais aussi le prix des chroniques, et les frais de promotion tels que ceux évoqués plus haut. Votre prix d'abonnement sera alors la totalité de ces charges divisée par le nombre de vos abonnés.

La difficulté réside donc dans l'estimation du nombre d'abonnés que vous aurez l'année suivante. Prenez une base sûre en reprenant le nombre d'abonnés de l'année précédente. Si vous avez plus d'abonnés, vous dégagerez un bénéfice qui vous permettra soit d'intensifier la promotion pour la prochaine campagne ou encore d'augmenter l'espace pour vos chroniques paroissiales. Sinon, renouvelez l'une ou l'autre opération de promotion pour augmenter votre nombre d'abonnés à la hauteur nécessaire.

Le prix moyen de l'abonnement pratiqué par les paroisses est de 15 €. Il est compris entre 13 € et 22 €.

VII. MAIS QUEL EST LE BUT DE TOUTE CETTE PROMOTION ?

Le but est bien simple : Dimanche constitue dans bien des endroits de Belgique le dernier lien que notre Eglise entretient avec la population. Accroître la diffusion du journal, c'est augmenter cette fréquentation.

Plusieurs paroisses qui ont stoppé le « toutes boîtes » faute de moyens financiers parviennent à maintenir un contact hebdomadaire avec un foyer sur quatre en rentrant dans leur frais. De plus, lorsque le nombre d'abonnés devient aussi conséquent, le passage vers une distribution « toutes boîtes » redevient financièrement envisageable. C'est ainsi que la paroisse Sainte-Julienne dans le doyenné de Verviers a relancé la diffusion « toutes boîtes ».