

L'AMA GAGNE DES CENTAINES DE NOUVEAUX MEMBRES EN SIX SEMAINES

L'Alberta Motor Association acquiert de nouveaux membres en combinant ses données sur les adhérents et Ciblage par code postal



La nouvelle solution Ciblage par code postal permet de joindre des clients particulièrement susceptibles de passer à l'action.



Cette campagne n'existe qu'en anglais.

Feu vert pour l'acquisition rapide de nouveaux membres

L'Alberta Motor Association (AMA) a une offre très intéressante : deux adhésions pour moins de 9 \$ par mois et zéro frais d'inscription. Quelle est la route la plus rapide pour la communiquer à de prometteurs adhérents?

L'Association a l'habitude d'approcher son marché cible de diverses manières, notamment en louant ou en achetant des listes de membres potentiels. La nouvelle solution Ciblage par code postal de Postes Canada présente un atout de plus : exclure des listes les adresses des membres actuels et activer ainsi les possibilités de gagner de nouveaux adhérents, cela, à un coût abordable.

« Postes Canada vous aide à repérer une clientèle prometteuse et à affiner votre ciblage avec les données liées au code postal, explique Ashley Pharand, directrice du marketing, Acquisition des membres, à l'AMA. Vous recherchez un segment du marché? Postes Canada vous y conduit. »

L'AMA envoie donc 70 000 articles de publipostage en appliquant Ciblage par code postal. Le délai de 10 jours pour profiter de l'offre motive les destinataires à agir vite; deux autocollants « Activé » à apposer sur les cartes temporaires incluses dans l'envoi facilitent la décision d'adhérer à l'AMA.

Une stratégie à renouveler

« Nous avons pénétré le marché plus rapidement qu'avec une liste achetée. La campagne était très ciblée, souligne M^{me} Pharand. En six semaines, nous avons récolté un joli taux de réponse. »

La campagne prouve également qu'il est judicieux de combiner les canaux physique et numérique. En effet, près de 50 % des nouveaux membres ont adhéré en ligne, en se rendant à l'adresse Web indiquée dans le courrier.

Dans la foulée de cette campagne test réussie, l'AMA veut continuer à affiner sa liste de cibles, une tâche simplifiée grâce à Ciblage par code postal et à la précieuse collaboration de Postes Canada.

« J'aimerais l'utiliser comme outil de séquençement. Il permet de joindre rapidement notre cible grâce à l'analyse et à l'utilisation judicieuse des données », conclut M^{me} Pharand.

Campagne d'acquisition de l'AMA avec Ciblage par code postal

- 591 nouveaux membres
- Près de 10 % plus que prévu
- Un très faible coût par acquisition



Découvrez comment optimiser votre budget d'acquisition grâce à Ciblage par code postal à postescanada.ca/ccp.

™ Marque de commerce de la Société canadienne des postes



Marketing Intelligoste[™]
Connecter. Captiver. Convaincre.