

# Centra Food Market

Une épicerie spécialisée attire plus de clients grâce au publipostage



Pour capter l'intérêt des résidents d'immeubles d'habitation, Centra Food Market met à profit l'avantage unique du service Courrier de quartier de Postes Canada<sup>MC</sup>.

### Le contexte

Avec ses trois succursales sud-ontariennes – Barrie, Aurora et North York –, et ses allées remplies d'une sélection de marques nationales et de produits importés des quatre coins du globe, la petite chaîne d'épicerie spécialisée Centra Food Market répond aux goûts changeants des consommateurs de la région et à la demande croissante pour une plus grande variété d'aliments ethniques.

Son plus grand défi? La concurrence exacerbée. Selon son propriétaire Louie Liu, le marché déjà saturé et la présence des grandes bannières ne facilitent en rien les choses.

Pour découvrir toute la gamme de solutions de publipostage de Postes Canada, visitez [postescanada.ca/marketingintelliposte](https://postescanada.ca/marketingintelliposte).

### Se démarquer efficacement

Si Centra Food fait parfois la promotion de son offre dans les médias sociaux, elle mise principalement sur les circulaires hebdomadaires, le moyen le plus efficace de stimuler l'achalandage, d'après l'homme d'affaires.

Depuis des années, l'entreprise s'appuie exclusivement sur la livraison des sacs publicitaires distribués localement dans lesquels est insérée sa circulaire. Une méthode qui a ses désavantages.

« Difficile de se démarquer dans un sac de feuillets publicitaires, explique M. Liu. En plus, ce n'est pas tout le monde qui prend le temps de voir ce qui s'y trouve. »

L'an dernier, Centra Food se met donc à la recherche d'un moyen de se faire remarquer davantage. C'est là qu'elle se tourne vers le service Courrier de quartier<sup>MC</sup>.



# Étude de cas

## Le pouvoir de la boîte aux lettres

Courrier de quartier offre à Centra Food deux avantages considérables.

Il lui permet notamment de se démarquer hors des sacs des feuillets puisque ses circulaires sont livrées seules, comme le sont les articles de courrier réguliers. L'entreprise peut donc joindre ses clients d'une manière plus personnelle, et ainsi augmenter ses chances de mieux se faire connaître et d'accroître l'achalandage dans ses épiceries.

Le service lui permet également d'atteindre efficacement les résidents d'immeubles d'habitation, qui comptent pour une large proportion de sa clientèle.

Les sacs de feuillets publicitaires étant simplement déposés dans les halls d'entrée de ces immeubles, il est facile de les manquer, y compris la circulaire de Centra Food.

Mais avec Postes Canada, celle-ci est livrée dans la boîte aux lettres de chaque résident, ce qui assure une visibilité optimale auprès de tous et un bien meilleur effet de persuasion. L'idéal pour attirer les gens en magasin.

## Les résultats

Les chiffres parlent d'eux-mêmes.

Après la distribution d'une circulaire Courrier de quartier, l'achalandage augmente d'environ 9 % et les ventes totales, de 7,8 %.

M. Liu n'a pas de doute sur l'efficacité de l'approche : « Avoir recours au publipostage et à Postes Canada nous permet d'attirer plus de clients dans nos épiceries. »



Cette campagne n'existe qu'en anglais.

« Avoir recours au publipostage et à Postes Canada nous permet d'attirer plus de clients dans nos épiceries. »

**Louie Liu**

Propriétaire, Centra Food Market

Pour en savoir plus sur la façon dont nous pouvons vous aider à prospérer, communiquez avec votre représentant à Postes Canada ou appelez-nous au 1 866 282-8053.

MC Marques de commerce de Postes Canada



Marketing Intelligoste

