

COSMO MUSIC AUGMENTE DE 22 % LES VENTES DE SA SAISON LA PLUS PROSPÈRE

Un envoi Courrier de quartier^{MC} finement ciblé popularise son festival, sa marque et son offre.



The Musical Instrument Superstore!

Lue, conservée et passée à d'autres, la publicité postale accroît le rappel de la marque, l'achalandage Web et les visites en magasin¹.

Cette campagne n'existe qu'en anglais.



Une campagne bien ciblée qui laisse sa marque

Cosmo Music est un mégamagasin qui se spécialise dans la vente, la réparation et la location d'instruments de musique, les services de production d'événements et les cours de musique.

Pour Cosmo, la saison des concerts extérieurs est le moment parfait pour joindre de nouveaux clients. Mais comme beaucoup de commerces de détail, l'entreprise a compris qu'il faut user de stratégie pour se démarquer et dénicher des clients.

« Nous sommes à Richmond Hill, et les gens hésitent à venir en banlieue. Nous nous adressons à des gens qui ne nous connaissent pas », explique Chris Bailey, directeur du marketing et du cybercommerce à Cosmo.

Cosmo Music conclut donc qu'un envoi ciblé Courrier de quartier de Postes Canada^{MC} serait la meilleure tactique pour promouvoir à la fois son magasin et CosmoFEST, une journée de festival composée de tirages, de soldes et de démonstrations.

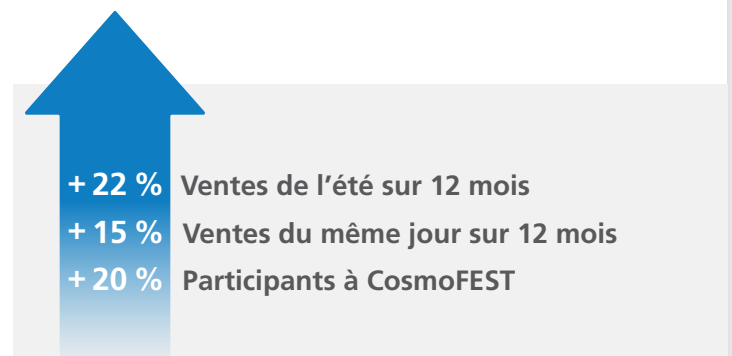
Données et marketing : l'harmonie parfaite

Postes Canada recommande de cibler Richmond Hill, Newmarket, Innisfil et Thornhill. Le feuillet invite les gens à s'inscrire à CosmoFEST pour gagner des cartes-cadeaux Cosmo Music. Il inclut l'adresse Web du commerce pour que les clients y entrent leur code postal, ce qui augmentera ainsi la base de données du détaillant.

Pas moins de 500 000 amateurs de musique potentiels reçoivent l'invitation. Un nombre record de 12 000 personnes assistent au festival, et les ventes de la journée sont de 15 % supérieures à celles du même jour en 2016. Même les ventes saisonnières du détaillant augmentent considérablement par rapport à l'année précédente.

« Parlez de vos données à Postes Canada. Elle sait comment s'y prendre pour vous aider à pénétrer des marchés auxquels vous n'auriez pas pensé », ajoute Chris Bailey.

Cosmo Music souhaite maintenant utiliser les données acquises pour poster un guide-cadeau qui inclura un code à barres qui permettra de recueillir des renseignements additionnels sur les amateurs de musique.



Pour tirer le meilleur parti des données et de Courrier de quartier, visitez postescanada.ca/donnees.

¹ Postes Canada. *S'élever au-dessus de la mêlée*, juin 2015
^{MC} Marques de commerce de la Société canadienne des postes



Marketing Intelligeste^{MC}
Connecter. Captiver. Convaincre.