

DAVIDsTEA

Un détaillant combine données et publipostage pour inciter à l'achat



Influencé par les résultats de ses campagnes passées, un détaillant de thés de spécialité décide de réorienter ses dépenses publicitaires.

Idee simple, potentiel immense

Les Thés DAVIDsTEA est un détaillant montréalais de thés de spécialité et d'accessoires pour le thé. En plus d'offrir la plus vaste collection de thés et d'infusions biologiques en Amérique du Nord, il propose cuillères, infuseurs, tasses de voyage et autres essentiels qu'il conçoit lui-même.

Excellents produits, service à la clientèle irréprochable : depuis ses débuts modestes en 2008, l'entreprise mise sur un modèle d'affaires solide. Sa première boutique au centre-ville de Toronto devient rapidement un lieu familier pour les gens du quartier. L'achalandage soutenu la motive alors à ouvrir d'autres succursales. Aujourd'hui le plus important détaillant de thés de spécialité canadien et la marque de thé la plus reconnue en Amérique du Nord, le franchiseur

compte plus de 230 boutiques au pays et aux États-Unis. Partie d'une idée simple au potentiel immense, l'entreprise n'a pas encore dit son dernier mot.

Le pouvoir de la physicalité

Pendant 10 ans, Les Thés DAVIDsTEA consacre presque la totalité de son budget marketing au numérique. L'entreprise se tourne ensuite vers Postes Canada pour créer une campagne de publipostage dont les résultats en inspirent une autre, qui mène à un taux de rédemption de 40 %. Puis, pendant les Fêtes, elle décide de tirer profit de ses données et des capacités de ciblage de Postes Canada pour envoyer des échantillons de thé à des clients inactifs depuis 275 jours. Cette nouvelle campagne génère un taux de réponse de 17 % et prouve que le publipostage favorise la conversion.

Pour savoir comment Postes Canada peut vous aider à optimiser votre stratégie marketing, visitez postescanada.ca/marketingintelliposte.



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

Étude de cas

Miser sur le publipostage pour stimuler les ventes

Intégrer le publipostage à votre mix média peut vous permettre de joindre les clients de manière plus personnalisée. « Il est essentiel de joindre les bonnes personnes avec le bon contenu au bon moment », explique Jessica Schami, spécialiste du marketing chez Les Thés DAVIDsTEA. Elle ajoute qu'il n'y a rien de mieux que de faire goûter les produits aux clients pour les convaincre de les acheter. « C'est là que les échantillons de thé nous sont utiles; les gens peuvent en savourer la qualité. »

Son expérience concluante avec le publipostage convainc l'entreprise de réorienter une partie de son budget de publicité vers les solutions Marketing Intelligente de Postes Canada^{MC} pour augmenter l'achalandage cyclique dans ses boutiques et faire face à la concurrence toujours plus féroce.

Un taux de réponse à deux chiffres

À l'automne 2019, Les Thés DAVIDsTEA a recours au service Courrier personnalisé de Postes Canada^{MC} pour poster 20 000 échantillons de thé à ses clients, ainsi qu'un bon de réduction de 20 % applicable à leur prochain achat. Au total, 3 200 coupons sont échangés; la campagne génère ainsi un taux de réponse de 16 % et un rendement du capital investi de 2,07. Elle démontre également que rien ne vaut un message clair et simple.

Sur une bonne lancée, Les thés DAVIDsTEA prévoit mener d'autres campagnes de publipostage avec Postes Canada en 2020.



« Il est essentiel de joindre les bonnes personnes avec le bon contenu au bon moment. »

JESSICA SCHAMI

Spécialiste du marketing chez Les Thés DAVIDsTEA

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

^{MC} Marques de commerce de la Société canadienne des postes



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