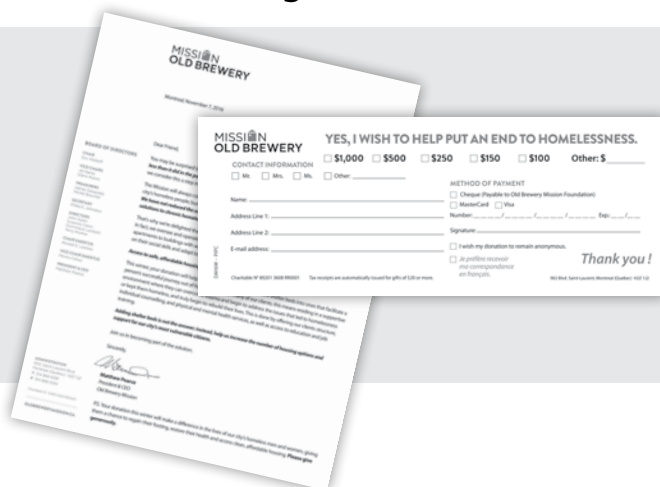


# COMMENT LA MISSION OLD BREWERY A PU ACCROÎTRE DE 30 % LE DON MOYEN REÇU

Grâce aux listes fondées sur des données démographiques, l'envoi Courrier personnalisé de Postes Canada<sup>MC</sup> a joint des donateurs généreux



Un envoi personnalisé, qui cible un profil de donateur spécifique, est un moyen fiable pour accroître le nombre et la valeur des dons.



## Repérer de nouveaux donateurs prometteurs

Depuis plus de 125 ans, la Mission Old Brewery de Montréal est en première ligne pour mettre fin à l'itinérance. Pour poursuivre son œuvre, l'organisme légendaire doit trouver de nouvelles sources de revenus au fil du temps. Une nouvelle approche est nécessaire.

Pendant des années, la Mission a ciblé les donateurs potentiels à l'aide de listes d'abonnés achetées auprès d'éditeurs de magazines. « Une méthode inefficace », explique Kim Nguyen, directrice du développement, Dons annuels et administration. Hormis l'abonnement d'un donateur potentiel à un magazine, ces listes ne contiennent aucun renseignement psychographique. De plus, il est impossible de savoir si les adresses fournies sont à jour. « C'est pourquoi nous avons choisi de louer une liste de Postes Canada et de procéder à un envoi Courrier personnalisé<sup>MC</sup>, poursuit Mme Nguyen. Cela nous a procuré de meilleurs résultats. »

## Augmenter les dons grâce à des envois ciblés

Avec l'aide de Postes Canada, la Mission a pu établir le profil de ses donateurs les plus généreux et déterminer les six codes postaux où ils résident. En général, ces personnes sont diplômées d'une université et propriétaires d'une maison individuelle près de Montréal. Pour la campagne printanière de 2014, Mme Nguyen a donc loué une liste de Postes Canada contenant les adresses de

50 000 personnes qui présentent ces caractéristiques. Les résultats ont été si impressionnants qu'elle a loué une liste de 125 000 noms pour la campagne de 2015.

Quoique les destinataires aient reçu une lettre de sollicitation personnalisée, comparable à celle distribuée les années passées, leur réponse a été bien différente. En effet, grâce aux listes de Postes Canada, la Mission Old Brewery a atteint un segment de marché avisé, augmentant considérablement le rendement du capital investi.

M<sup>me</sup> Nguyen est ravie des résultats. « Non seulement la solution de Postes Canada était la moins coûteuse, mais elle a généré un taux de réponse cinq fois plus élevé que les listes d'éditeurs. Et le don moyen a bondi de 54 \$ à 69 \$ », explique-t-elle.

5x

**Augmentation du taux de réponse après l'utilisation des listes d'adresses de Postes Canada**

Pour en savoir plus sur la location de listes de Postes Canada, visitez [postescanada.ca/listes](http://postescanada.ca/listes).

<sup>MC</sup> Marques de commerce de la Société canadienne des postes



**Marketing Intelligoste<sup>MC</sup>**  
Connecter. Captiver. Convaincre.