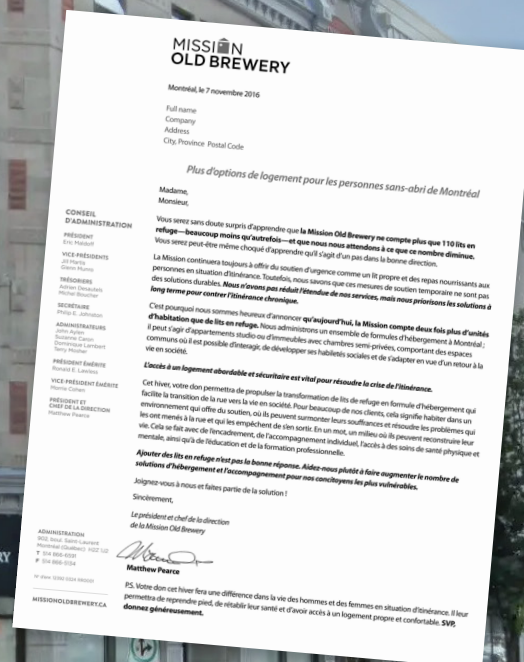




ÉTUDE DE CAS

Mission Old Brewery

Postes Canada aide la Mission à accroître de 30 % le don moyen reçu



Grâce aux listes fondées sur des données démographiques, l'envoi Courrier personnalisé de Postes Canada^{MC} a joint des donateurs généreux.

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^{MC}, poursuit M^{me} Nguyen. Cela nous a procuré de meilleurs résultats. »

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

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



Marketing Intelliposte^{MC}

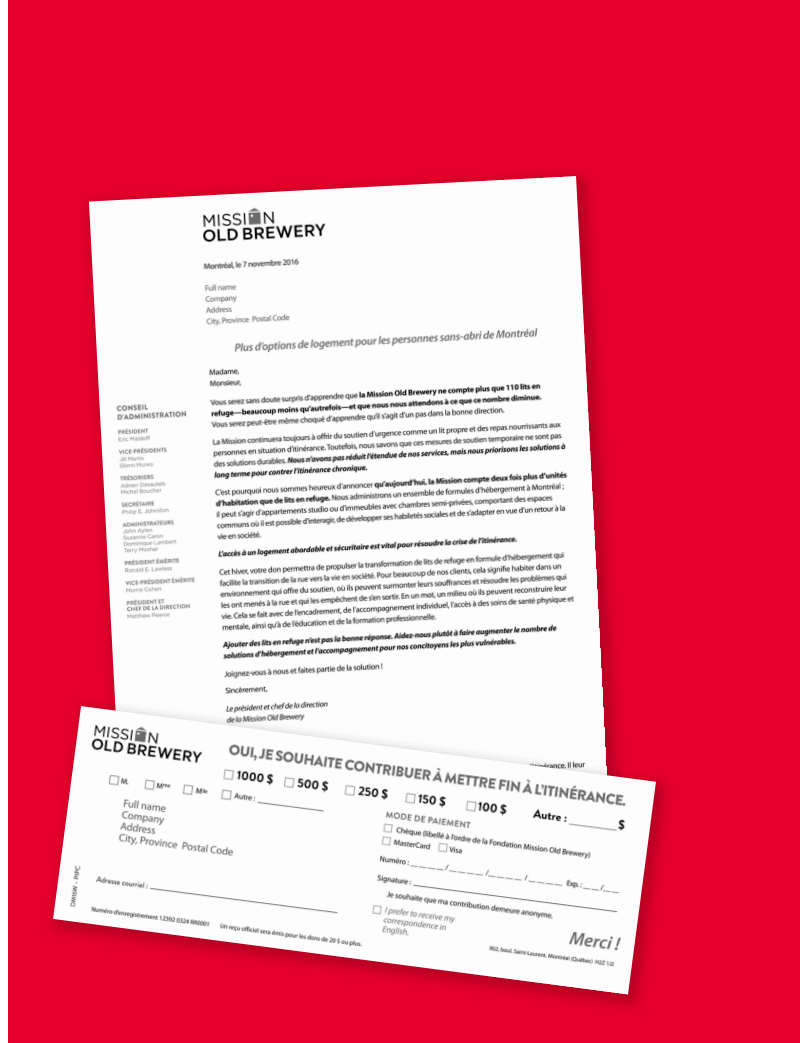
Augmenter les dons grâce à des envois ciblés

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. Grâce à Postes Canada, les spécialistes du marketing ont accès à des listes de clients à jour, ce qui leur permettent de définir des publics cibles par géolocalisation, âge, revenu, éducation, mode de vie et plus encore – tout en éliminant les adresses invalides et désuètes pour maximiser les budgets de marketing.

Pour la campagne printanière, M^{me} Nguyen a donc loué une liste de Postes Canada contenant les adresses de 50 000 personnes qui présentent ces caractéristiques. Quoique les destinataires aient reçu une lettre de sollicitation personnalisée, comparable à celle distribuée les années passées, leur réponse a été bien différente.

La campagne a été parfaitement ciblée pour assurer le succès de la collecte de fonds. « 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 M^{me} Nguyen.

Votre campagne est plus efficace lorsque vous envoyez le bon message aux bonnes personnes. 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. Les résultats ont été si impressionnants que la Mission a loué une liste de 125 000 noms pour la campagne suivante.



Distribution : 50 000

Service : Courrier personnalisé de Postes Canada

5 fois

plus de réponses grâce aux listes d'adresses de Postes Canada

De 54 \$ à 69 \$

c'est la hausse de la valeur moyenne des dons grâce aux listes d'adresses de Postes Canada

15 millions

d'adresses postales à cibler selon l'emplacement, l'âge et d'autres critères

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.



**Marketing
Intelliposte^{MC}**