Étude de cas

Le théâtre Citadel

Séduire un nouveau public grâce au service Ciblage par code postal

Cette campagne n'existe qu'en anglais.

Pour assurer sa pérennité, la compagnie théâtrale d'Edmonton souhaite attirer de nouveaux spectateurs potentiels.

Soutenir les arts

Le théâtre Citadel, bijou culturel d'Edmonton, est l'une des plus importantes compagnies professionnelles sans but lucratif de l'Ouest canadien et la troisième plus importante au pays. Sa mission : mettre de l'avant les artistes locaux dans des représentations saisonnières, et faire rayonner la scène artistique dans la région.

Comme ses spectateurs habituels ont entre 40 et 80 ans, le théâtre Citadel met l'accent sur la promotion de sa programmation auprès des personnes de cette tranche d'âge par l'intermédiaire de multiples canaux, dont les journaux, la radio, les panneaux publicitaires, la publicité numérique, ainsi que le publipostage pour toucher les plus fidèles.

Malgré le succès de cette approche, le théâtre sait qu'il doit cibler davantage les nouveaux foyers pour assurer le renouvellement de son auditoire.

Élargir sa clientèle

Le théâtre se tourne vers le courrier publicitaire et le service Ciblage par code postal pour trouver de nouveaux spectateurs qui ont un profil semblable à celui de ses clients et le même code postal.

En se servant des données des acheteurs de billet unique, Postes Canada établit le profil de ceux-ci, puis utilise les résultats liés aux quatre principaux segments PRIZM relevés pour cibler les codes postaux aux caractéristiques comparables à ceux des meilleurs clients du théâtre. Les noms de ces derniers sont ensuite supprimés de la liste d'envoi pour favoriser l'acquisition de nouveaux clients.

Pour découvrir toute la gamme de solutions de publipostage de Postes Canada, visitez **postescanada.ca/marketingintelliposte**.

Marketing Intelliposte[MC]
Connecter. Captiver. Convaincre.

DK119808 (2021-02)

Étude de cas

« Il fallait pénétrer davantage le marché pour joindre les gens qui ne viennent pas déjà voir nos spectacles, explique Kim Stadelmann, directrice principale des ventes et de la prospection du théâtre Citadel et de son académie. Et avec Ciblage par code postal, on peut joindre des clients potentiels qui habitent près de chez nos membres.

S'appuyer sur les constats

Le théâtre lance d'abord une campagne Ciblage par code postal pour vendre de nouveaux abonnements annuels. Une fois ce défi relevé, il décide de pousser la stratégie plus loin afin d'améliorer le rendement du capital investi (RCI).

Comment? En misant sur Ciblage par code postal afin de stimuler les ventes de billet unique pour la 18e production annuelle du célèbre conte *Un chant de Noël* de Charles Dickens.

Joindre des clients prometteurs

L'équipe envoie 5 000 cartes postales à des clients potentiels, surtout à de jeunes familles. Elle obtient un taux de réponse 3,2 % supérieur à la moyenne. Les ventes grimpent et de jeunes familles font désormais partie du public.

« Mettre notre produit phare dans les mains des citoyens d'Edmonton grâce au publipostage a donné d'excellents résultats », affirme Mme Stadelmann.

L'équipe du marketing du théâtre Citadel arrive non seulement à augmenter les ventes et à élargir l'auditoire, mais aussi à recueillir de nouvelles données qui lui permettront de mieux cibler ses prochaines campagnes.

« On ne savait pas si Ciblage par code postal était un outil de fidélisation, mais cette campagne a prouvé que oui », conclut Mme Stadelmann.

« Mettre notre produit phare dans les mains des citoyens d'Edmonton grâce au publipostage a donné d'excellents résultats.

On ne savait pas si Ciblage par code postal était un outil de fidélisation, mais cette campagne a prouvé que oui. »

Kim Stadelmann
Directrice principale des ventes et de la prospection du théâtre Citadel et de son académie

Photographie : Gracieuseté de Ian Jackson, Epic Photography © 2017.

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]
Connecter. Captiver. Convaincre.

[MC] Marque de commerce de la Société canadienne des postes