



ÉTUDE DE CAS

# SiriusXM Canada

Un succès qui s'entend



## SiriusXM collabore avec Postes Canada pour accroître sa clientèle à l'aide du publipostage.

SiriusXM Canada sait se faire entendre.

Lancée en 2011 à Toronto, SiriusXM est devenue la principale entreprise de radiodiffusion numérique et par satellite au pays. Elle diffuse de la musique en continu, du sport, des nouvelles et bien plus. Ici, elle joint une audience de 2,6 millions de personnes alors qu'ailleurs dans le monde, c'est 34 millions de personnes qui l'écoutent, tant dans les véhicules des grandes marques automobiles que sur des appareils connectés de tous genres.

Bref, SiriusXM domine le secteur. Mais pour soutenir sa croissance, elle doit résonner haut et fort auprès d'encore plus de personnes. Un air familier à Postes Canada.



**Nous avons l'habitude de tester nos campagnes pour établir ce qui résonne le mieux auprès de notre cible.»**

**Alisa Kaufman**

Directrice principale, Acquisition client, à SiriusXM



**Balayez le code ou cliquez ici pour visionner le témoignage vidéo.**

**Pour savoir comment Postes Canada peut vous aider à optimiser votre stratégie marketing, allez à [postescanada.ca/mi](https://postescanada.ca/mi).**



**Marketing  
Intelliposte<sup>MC</sup>**



## Se démarquer de la compétition

Nos oreilles valent de l'or.

La radiodiffusion traditionnelle génère un milliard de dollars au Canada (et plus de 47 milliards de dollars dans le monde), alors que ses principaux joueurs cherchent à percer le marché de la baladodiffusion, une industrie évaluée à 200 milliards de dollars en 2030.

Pour ce qui est de la diffusion de musique en continu, en 2024, on prévoit des revenus de plus de 39,5 milliards de dollars à l'échelle de la planète. Ceux-ci devraient grimper jusqu'à 45,3 milliards de dollars et joindre une audience de 1,1 milliard en 2027, alors qu'au Canada, on prévoit des recettes de 700 millions de dollars et quelque 9,9 millions de personnes d'ici là.

Qui peut rester sourd devant cet énorme potentiel? Certainement pas les Spotify, Apple et Amazon de ce monde qui se joignent allègrement à la concurrence actuelle pour nous susurrer des mots doux à l'oreille.

Pour SiriusXM, la voie est donc claire. Elle doit générer de nouveaux abonnements.

« Nous cherchons constamment à élargir notre réseau, explique Alisa Kaufman, directrice principale, Acquisition client, à SiriusXM. Nous cibons les gens qui possèdent un véhicule équipé de l'application ou qui aimeraient ajouter notre service à leur second véhicule, mais aussi ceux qui veulent accéder à notre service sur d'autres appareils. »

À ce jour, la meilleure façon pour cette

entreprise numérique d'acquérir une nouvelle clientèle a été d'utiliser le publipostage. Elle compte bien le mettre au défi à nouveau.

## Gagner une nouvelle clientèle

Ses deux dernières campagnes de publipostage ayant donné d'excellents résultats, Sirius XM entend aller encore plus loin en testant une nouvelle approche à l'aide de Postes Canada et ses partenaires.

L'équipe concentre ses efforts sur une campagne misant uniquement sur le publipostage. Elle repère les quartiers où le profil démographique correspond à celui de la clientèle de SiriusXM et cible les 500 000 ménages canadiens anglophones qui y habitent.

Cette fois, deux concepts créatifs sont développés. Une première carte postale illustre un moment de la vie avec l'accroche *Listen the way you want* (Écoutez comme ça vous plaît) et une offre bien en vue. La seconde s'inspire d'une affiche de festival de musique, passe VIP incluse! Dans les deux cas, l'offre est la même : un essai gratuit du service d'une durée limitée avant de s'y abonner.

Chaque approche est soumise à l'oculométrie prédictive afin d'en optimiser le contenu et d'en augmenter l'impact publicitaire. Une URL et un code QR distincts sont utilisés pour chaque concept afin d'en mesurer l'efficacité respective.

« Nous avons l'habitude de tester nos campagnes pour établir ce qui résonne le mieux auprès de notre cible, souligne Alisa. Comme les gens sont sollicités de

toutes parts, tant par le publipostage, les courriels et les autres médias, on cherche toujours à repérer ce qui nous distingue du brouhaha publicitaire. »

## Le publipostage : des gains bien sonnants

Pas question pour SiriusXM de réduire son utilisation du publipostage pour ses prochaines campagnes d'acquisition.

Le taux de conversion de la dernière campagne est de 0,95 %, soit 27 % de plus que l'objectif établi! Mieux encore, les deux concepts ayant donné d'excellents résultats, l'entreprise a maintenant deux approches créatives gagnantes dans la poche pour sa prochaine campagne.

« Le publipostage permet un ciblage et un suivi très précis. C'est la solution concrète dont nous avons besoin pour atteindre nos objectifs d'acquisition. »

**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.**

MC Marketing Intelligoste et le motif du cachet postal dans un cercle sont des marques de commerce de la Société canadienne des postes. SiriusXM, Shopify, Apple et Amazon sont des marques de commerce appartenant à leurs propriétaires respectifs.



**Marketing  
Intelligoste<sup>MC</sup>**