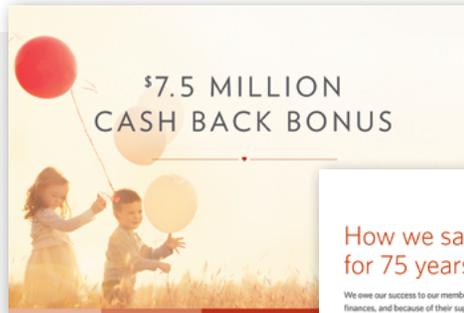


STEINBACH CREDIT UNION ACQUIERT PLUS DE MEMBRES AU MOYEN DU CODE POSTAL

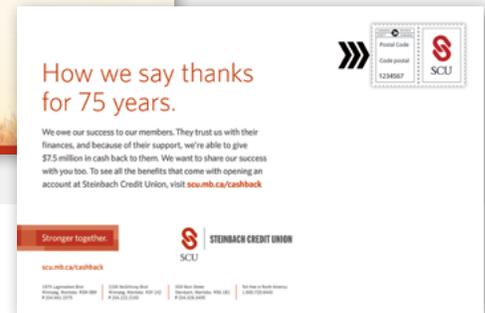
Grâce aux données liées aux codes postaux, Steinbach Credit Union affine et amplifie la portée de son marketing mix



La richesse des données de Ciblage par code postal aide à joindre et à captiver une clientèle très réceptive à votre message.



Cette campagne n'existe qu'en anglais.



Soulever l'intérêt d'un nouveau public

Plus grosse coopérative de crédit au Manitoba et huitième au niveau national, la Steinbach Credit Union (SCU) fête ses 75 ans d'activité. Pour remercier ses membres, elle s'apprête à leur verser une ristourne de 7,5 millions de dollars. Une nouvelle de cette importance mérite cependant d'être diffusée hors du cercle des bénéficiaires actuels.

L'institution intègre donc la solution de publipostage Ciblage par code postal de Postes Canada à sa campagne extérieure et numérique afin d'élargir sa cible.

« Un aspect de Ciblage par code postal a retenu notre attention : l'utilisation des données des codes postaux de nos membres pour en dénicher de nouveaux », explique Stephanie West, spécialiste du marketing et de la publicité à la Steinbach Credit Union.

Ciblage par code postal permet à la SCU d'exclure les adresses de ses membres et d'affiner sa liste de nouvelles cibles. Après recoupement des données de Postes Canada et de celles de tierces parties, l'institution définit cinq groupes précis à cibler.

Un marketing mix enrichi

La SCU utilise une carte postale pour annoncer la ristourne et diriger son public cible vers une page Web spécifique. Les non-membres y découvrent les avantages qu'offre la SCU.

Mme West confirme que les cartes ciblées selon le code postal ont fait bondir le nombre d'adhésions. Le courrier

a aussi contribué à soutenir le message des panneaux publicitaires et à augmenter l'achalandage du site Web.

« Dans une campagne d'envergure, chaque élément qui s'intègre aux autres contribue à renforcer le message général », explique-t-elle.

« Je suis ravie des résultats. Postes Canada a facilité notre travail, tant pour cibler le marché que pour produire et livrer notre carte postale. »

« Ciblage par code postal est un moyen très rentable de joindre un public précis avec un message pertinent, conclut Mme West. C'est une solution que nous garderons dans notre boîte à outils marketing. Nous comptons faire à nouveau équipe avec Postes Canada. »

39 % plus de nouveaux membres

55 % plus d'achalandage sur le site Web
par rapport à la campagne de 2016

Découvrez comment joindre de nouveaux clients réceptifs à postescanada.ca/ciblageparcodepostal.

MC Marque de commerce de la Société canadienne des postes



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