



## Un publipostage ciblé augmente l'achalandage en magasin et le rendement du capital investi en publicité numérique

### Ciblée et raffinée, la circulaire a une nouvelle raison d'être

Structube, une entreprise familiale située à Montréal, propose du mobilier moderne et contemporain depuis 1974. Même si l'enseigne compte aujourd'hui plus de 55 magasins, de nombreux Canadiens n'en connaissent pas encore la valeur unique. Grâce à la poste, c'est chose du passé.

« Pendant trois ans, nous avons fait la promotion de nos produits exclusivement sur les canaux numériques. Nous sommes revenus à la circulaire, qui était le support que nous utilisions pour capter l'attention des clients », explique Tony Trew, directeur du marketing et du cybercommerce à Structube. Mais cette fois, l'entreprise décide d'y aller en grand – littéralement.

# Notoriété de la marque soutenue :

40 % des Canadiens conservent les catalogues plus d'un mois<sup>1</sup>.

1 Postes Canada, Catalogue Shelf-Life Omnibus, 2014

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



#### Format inhabituel, résultat exceptionnel

Grâce à son format de 8 po sur 10 po, le catalogue de Structube se démarque dans la boîte aux lettres du client. La conception et l'impression de qualité rappellent la présentation et la convivialité du site Web du détaillant.

« Nous utilisons les données de Postes Canada pour cibler des tranches de revenus spécifiques et les quartiers avoisinant nos magasins pour stimuler l'achalandage », précise M. Trew.

« L'un des avantages de Postes Canada, c'est qu'elle nous donne accès directement aux boîtes aux lettres des résidants des tours d'habitation, l'un de nos plus gros segments de marché. Nos circulaires ne sont pas laissées par terre dans l'entrée. »

#### Acquérir des clients plus prometteurs

Grâce à la notoriété suscitée par la circulaire, le rendement du capital investi (RCI) en publicité numérique de Structube bondit.

Les gérants de magasin l'affirment : l'information que contiennent les circulaires attire en magasin des clients avisés. « Quand il entre dans le magasin, circulaire en main, le client connaît déjà nos produits. C'est donc un client plus prometteur pour nous », dit M. Trew.

La circulaire permet également de rappeler l'existence du site Web aux consommateurs. « Les résultats ont été incroyablement positifs. Intégrer la circulaire à notre marketing mix est un bon coup, et le service Courrier de quartier de Postes Canada<sup>MC</sup> est une solution de choix pour notre marque. »



### La circulaire, preuve faite

- Jusqu'à 70 % plus de visite en magasin
- Meilleur RCI en publicité numérique



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.

