

STRUCTUBE MISE SUR UNE CIRCULAIRE POSTALE POUR SE DÉMARQUER. ET GAGNER.

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

STRUCTUBE

Notoriété de la marque soutenue :
40 % des Canadiens conservent
les catalogues plus d'un mois¹.



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.

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

résidents 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^{MC} est une solution de choix pour notre marque. »

La circulaire, preuve faite

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



Découvrez le service Courrier de quartier^{MC} à postescanada.ca/courrierdequartier.

¹ Postes Canada, Catalogue Shelf-Life Omnibus, 2014
^{MC} Marques de commerce de la Société canadienne des postes



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