

COURRIEL D'ANTAN

Pour pouvoir joindre en ligne ses plus importants membres FAMILY, IKEA leur adresse un courriel... par la poste!

Les membres du programme FAMILY qu'IKEA peut joindre tant par courrier que par courriel rapportent une très grande valeur. Pour intéresser plus de membres importants à accepter de recevoir aussi ses courriels promotionnels, la marque propose d'obtenir en ligne un coupon de cinq livres sterling (environ 7,45 \$ CA).

Comme elle n'a pas les adresses courriel des personnes qu'elle veut joindre, IKEA crée un message qui saura capter leur intérêt. Son objectif? Que les destinataires conservent l'envoi et que celui-ci leur rappelle le rôle que joue le fabricant dans le confort de leur foyer.

C'est ainsi qu'IKEA poste le tout premier courriel brodé au point de croix. Cet envoi est fidèle aux valeurs uniques et douillettes de l'entreprise et montre à quel point les membres FAMILY sont appréciés.

La jolie broderie inclut une adresse Web personnalisée où les personnes jointes peuvent fournir leur adresse courriel et obtenir un bon de réduction à utiliser en magasin. Le message est même brodé sur du coton au lieu d'être imprimé sur du papier. En ayant combiné judicieusement les données clients et la physicalité réconfortante d'un article de publipostage, IKEA peut maintenant tisser de précieux liens en ligne avec sa clientèle.



Client IKEA | **Produit** Programme FAMILY d'IKEA | **Pays** Royaume-Uni | **Agence** LIDA | **Équipe de l'agence** : Directrice générale de la création Nicky Bullard | Directeur de la création Vaughan Townsend | Rédacteur Dan Wright | Directeur artistique Andy Preston | Concepteurs Mirjami Qin, Dan French | Chef, Marketing et communications, programme FAMILY d'IKEA Danielle McManus | Planificatrice stratégique et directrice, Soutien à la clientèle Mily Williamson

