

FAIRE BOUGER LE MONDE GRÂCE AU PUBLIPOSTAGE

Uber utilise la poste pour attribuer des récompenses à ses chauffeurs et placer des offres attrayantes dans les mains de clients potentiels.

Depuis son arrivée sur le marché, Uber bouleverse l'industrie mondiale du taxi en raison de la commodité de son modèle d'affaires, de la rapidité de son service et de l'abordabilité de ses tarifs. Bien que l'entreprise compte sur son appli pour multiplier les courses, c'est par le publipostage qu'elle choisit de resserrer les liens avec chauffeurs et usagers pour assurer sa croissance.

Par exemple, elle préfère l'efficacité d'une carte postale pour attirer de nouveaux clients en leur proposant un premier trajet gratuit. L'envoi lui permet de mettre en valeur les avantages de son offre comparativement à celle du transport par taxi.

C'est aussi par la poste qu'Uber récompense les chauffeurs qui contribuent à la bonne réputation de son réseau en Amérique du Nord. Le programme *Rider Preferred* adresse à un petit groupe trié sur le volet une élégante boîte incluant une lettre de félicitations signée par le vice-président et le directeur général de l'entreprise, un vidéogramme de remerciement sur fond musical, une tasse et un autocollant à l'effigie du programme, ainsi que la promesse d'augmenter d'un dollar chaque pourboire reçu au cours du prochain mois.

Dans un monde pollué de messages électroniques, le publipostage se détache nettement du peloton pour acquérir des clients, recruter des chauffeurs et encourager le souci d'un service de qualité des partenaires. Quoi de mieux pour tisser des liens significatifs?



CLIENT Uber | PRODUIT Services de transport | PAYS États-Unis | AGENCE Équipe de création de Uber | Directeur de la création Adam Starr

