

# IDENTITÉ x PUBLIPOSTAGE DATAGRAMME



## ENGAGEMENT ACCRU

Un publipostage personnalisé est lu en moyenne **4,5** fois.

Source : *Driving effectiveness with direct mail*, WARC & Royal Mail Marketreach, 2021



## PERTINENCE ACCRUE

Un ciblage segmenté a aidé Altitude Sports à obtenir un taux de réactivation dans les 30 jours de **4,2 %** de la clientèle inactive, à l'aide de mini-catalogues.

Source : *Changement d'altitude*, INSPIRATIONS, numéro 01, 2022

## VALEUR OMNICANAL ACCRUE

La génération Z est très intéressée par le publipostage.



- › Près de **90 %** des gens de cette génération préfèrent un mélange de marketing physique et numérique.
- › **42 %** ont recherché une marque en ligne après réception d'un publipostage.
- › **84 %** ont utilisé le code QR inclus dans le publipostage pour interagir en ligne avec une marque.

Source : *Driving effectiveness with direct mail*, WARC & Royal Mail Marketreach, 2021



## TAUX DE RÉPONSE ACCRU

**44 %** des responsables du marketing disent que les campagnes de publipostage personnalisées ont augmenté les taux de réponse de **16 %**. Plus de **50 %** des experts marketing travaillant en agence, dans le commerce de détail et dans les services financiers affirment que la personnalisation a augmenté leurs taux de réponse.

Source : *Personalization is pushing the envelope of direct mail results*, HP & NAPCO Research, 2019



## ATTENTION ACCRUE

Avec un taux d'engagement moyen de **95 %**, le publipostage peut être personnalisé et ciblé de façon très précise, captant l'attention plus longtemps que les canaux numériques.

Source : *Driving effectiveness with direct mail*, WARC & Royal Mail Marketreach, 2021



## VALEUR ACCRUE DU RECIBLAGE

La Canadian Down & Feather Company a constaté que ses offres de reciblage par publipostage ont généré un revenu moyen par commande **65 %** supérieur à celui du reciblage en ligne.

Source : *Une campagne à faire rêver*, INSPIRATIONS, numéro 02, 2022



## SUCCÈS ACCRU

**38 %** des campagnes à succès axées sur la personnalisation au Royaume-Uni utilisaient le publipostage comme média principal ou dans le mix média.

Source : *Driving effectiveness with direct mail*, WARC & Royal Mail Marketreach, 2021



## CAPACITÉ DE CIBLAGE ACCRUE

Le publipostage a été classé par les experts marketing canadiens comme étant le meilleur canal **pour sa capacité de ciblage** parmi tous les médias (numériques et non numériques).

Source : *The Smartmail Marketing Canadian Marketer Survey*, Postes Canada, 2019

Visitez [postescanada.ca/inspirations](https://postescanada.ca/inspirations) pour obtenir plus de datagrammes, d'études de cas et d'idées marketing inspirantes.



Marketing Intelligoste<sup>MC</sup>