

# PUBLIPOSTAGE x VALEUR MÉDIA DATAGRAMME



## DES VENTES ACCRUES

En relançant au moyen du publipostage les personnes qui ont fait l'essai gratuit de ses produits, la marque Riversol a pu poursuivre la conversation de façon plus personnalisée. Résultat, ces personnes ont commandé **21 % plus d'articles** que celles qui n'étaient exposées qu'aux médias numériques.

Source : Riversol.



## DES CAMPAGNES PLUS EFFICACES

**39 %** des responsables du marketing ont augmenté leur investissement dans le publipostage à cause de sa capacité croissante à **améliorer le rendement des campagnes omnicanal**.

Source : Winterberry Group. *Delivering Performance: Direct Mail in the United States 2023*, septembre 2023.



## UN ENGAGEMENT MAXIMAL

Alors que **57 %** des gens se désabonnent des offres par courriel suite à la surabondance de messages numériques, le publipostage affiche un **taux d'engagement de 95 %!**

Source : Marketreach, 2023.



## UN RENDEMENT SUPÉRIEUR

**84 %** des responsables du marketing notent que le **publipostage génère le meilleur rendement** parmi les médias qu'ils utilisent. Un avantage de plus en plus remarqué! (**74 %** en 2023; **67 %** en 2022)

Source : Lob and Comperemedia. *The State of Direct Mail Marketing*, 2024.



## PLUS D'ATTENTION POUR MOINS CHER

Il est moins coûteux d'attirer l'attention avec le publipostage : **0,11 £ (0,19 \$ CA)** la minute d'attention avec le publipostage contre **0,15 £ (0,26 \$ CA)** avec la publicité en ligne et **0,19 £ (0,32 \$ CA)** avec la publicité sur les médias sociaux.

Source : JICMAIL. *The time we spend with mail*, 2023.



## UNE VALEUR VIE CLIENT ACCRUE

Une marque de suppléments a mis sur le publipostage pour réactiver une clientèle dont les derniers achats dataient de plus de **90 jours**. Le résultat? Une **augmentation du rendement publicitaire de 1 052,8 %!**

Source : Shopify. « *How these 5 retailers use direct mail to increase sales* », mai 2022.



## UN INCITATIF À L'ACHAT

Le catalogue postal incite à l'achat.

**76 %** des gens sondés y trouvent des idées d'achat. **68 %** le remarquent davantage dans leur courrier que dans un courriel.  
**69 %** consacrent de 5 à 30 minutes à sa lecture. **55 %** ont acheté un article vu dans un catalogue.

Source : Royal Mail MarketReach. *Catalogues: Connecting with consumers. Converting sales*, 2023.

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

MC Marketing Intelliposte et le motif du cachet postal dans un cercle sont des marques de commerce de la Société canadienne des postes.



Marketing Intelliposte<sup>MC</sup>