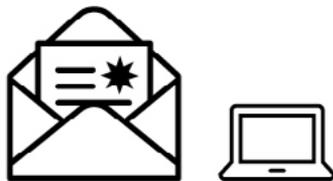


DATAGRAMME

L'INFLUENCE DU PUBLIPOSTAGE



Le publipostage génère un taux de rappel **70 %** plus élevé que la publicité numérique.

Source : Postes Canada. *Parti pris pour l'action*, 2015

La combinaison du numérique et du publipostage influence la performance omnicanal :

Taux de conversion – **40 %**
Visites Web accrues – **68 %**
Meilleur taux de réponse – **63 %**
RCI supérieur – **60 %**
Pistes multipliées – **53 %**



Source : Compu-Mail, 2020



L'influence réelle du publipostage se constate à la conversion du volume en impressions publicitaires : 1 M d'envois postaux génèrent 4,8 M d'impressions, soit **cinq fois les retombées** généralement attribuées au numérique.

Source : JICMAIL, 2020



Le publipostage augmente de **4 %** la portée et de **16 %** les points d'exposition brute des campagnes multicanal [télé, numérique, imprimé].

Source : JICMAIL, JICMAIL + IPA *Touchpoints*, 2019

Le publipostage influence de plus en plus la confiance.

87 % des consommateurs jugent le publipostage « crédible », une proportion qui tombe à 48 % pour le courriel.



Entre 2007 et 2017, on a observé une hausse de **27 %** des gens indiquant se sentir « valorisés » par le publipostage.

Source : Thedrum.com. *Royal Mail MarketReach*, 2017



Le publipostage joue davantage sur le capital de marque et l'activation que tous les autres canaux de marketing direct et de masse.



Source : IPA. *Media in Focus: Marketing Effectiveness in the Digital Era*, 2017

20 %

La combinaison de données numériques et de relance postale produit un taux de réponse de 20 % – 10 fois plus que le publipostage traditionnel et 200 fois plus que la relance numérique [CTR de 0,1 %].

Source : PebblePost, 2016. Consulté sur tinuiti.com



Si la majorité des interactions avec les milléniaux ont lieu en ligne, celles par publipostage rapportent le meilleur taux de conversion.

59 % trouvent plus utile l'information reçue par la poste que celle reçue par courriel.

65 % accordent de l'attention au publipostage.

Source : USPS, 2019