

# 1:1 x PUBLIPOSTAGE DATAGRAMME

## EXERCER UNE INFLUENCE À DOMICILE

Près de **9 décisions d'achat sur 10** se prennent à la maison. Le publipostage y est pour beaucoup.



**Produit des liens émotionnels forts**



**Génère une meilleure mémorabilité**



**Rehausse la désirabilité des produits et services**



**Accélère la décision d'achat**

Source : *Home is at the Heart of Commerce Marketing*, PebblePost, 2019; *The Shopping Shift*, PebblePost et Alter Agents, 2020



## PARLER DIRECTEMENT AU DESTINATAIRE

**88 %** des Canadiens et Canadiennes lisent les articles de publipostage qu'ils reçoivent. Chez les Y, **8 lecteurs sur 10** disent y être attentifs, pendant que **1/2** fait la sourde oreille aux publicités numériques.

Source : *Rapport omnibus*, Postes Canada, printemps 2021; *The Shopping Shift*, PebblePost et Alter Agents, 2020



## TISSER DES LIENS PERSONNELS

Les **3/4** des personnes trouvent le publipostage plus personnel que les interactions en ligne.

Source : *31 Essential Direct Mail Marketing Automation Stats You Need to Know*, Inkit, 2018



## EXPLOITER TOUS LES MÉDIAS

Pour se démarquer, les marques de vente directe exploitent tous les canaux, consacrant **41 %** de leur budget aux médias hors ligne. Pas étonnant que près des **2/3** comptent ajouter le publipostage à leur mix.

Source : *Direct Brands: Media & Customer Acquisition*, IAB, 2019-2020



## GÉNÉRER PLUS DE VISITES EN LIGNE

**68 %** des responsables marketing remarquent une hausse des visites Web en alliant le publipostage au numérique.

Source : *The Future of Direct Mail Is Here and It's Dynamic*, USPS, 2019



## INFLUENCER LES INTENTIONS D'ACHAT

**60 %** des personnes visées par le publipostage estiment qu'il influence leur décision d'achat. Et ces personnes dépensent **28 %** plus que les autres.

Source : *The Shopping Shift*, PebblePost et Alter Agents, 2020; *The Household Diary Study*, USPS, 2017



## NOURRIR L'ENGAGEMENT

Les **3/4** des personnes visées par le publipostage parlent du produit après l'achat, et **1/4** suit la marque sur les médias sociaux.

Source : *The Shopping Shift*, PebblePost et Alter Agents, 2020; *The Household Diary Study*, USPS, 2017

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



Marketing Intelligeste<sup>MC</sup>

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