

PUBLIPOSTAGE x EFFICACITÉ DATAGRAMME



UN RENDEMENT OPTIMAL

84 % des responsables du marketing estiment que le publipostage offre le meilleur rendement parmi les médias (c'est **10 % de plus** qu'en 2023).

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



LE CHIFFRE À RETENIR

96 % des marques sondées ont noté qu'au cours de la dernière année, l'efficacité de leurs campagnes de publipostage était demeurée stable ou à la hausse.

Source : SeQuel Response, *Direct Mail Marketing Benchmark Report*, 2024.



DES APPROCHES PAYANTES

L'analyse de campagnes postales à succès tirées de la base de données du WARC démontre que **65 %** d'entre elles misaient sur une approche informative, comparativement à **42 %** pour l'ensemble des campagnes britanniques. Aussi, **24 %** d'entre elles utilisaient une approche personnalisée, soit deux fois plus que les autres campagnes.

Sources : WARC et Royal Mail MarketReach, 2022.



DES RÉSULTATS À LA HAUSSE

Costco sait que le publipostage n'a pas son pareil lorsqu'on parle d'acquisition. Dans les marchés ciblés par ce seul média, elle a haussé son taux de réponse de **40 %** et son taux d'acquisition de **94 %** comparativement aux marchés couverts par d'autres médias publicitaires.

Source : Postes Canada, témoignage de Costco, 2023.



LE MEILLEUR TAUX DE CONVERSION

88 % des entreprises qui utilisent des logiciels d'automatisation publicitaire remarquent que le publipostage offre le plus haut taux de conversion (**82 %** pour celles qui ne les utilisent pas).

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



UN MÉDIA DE PROXIMITÉ

66 % des gens trouvent que le publipostage les rapproche des entreprises avec lesquelles elles font déjà affaire.

Source : Postes Canada, *Mail Moments*, 2022.



DE PRÉCIEUX AVANTAGES

Selon les responsables du marketing, **les 3 principaux atouts du publipostage** sont la qualité du ciblage par les données, une attribution facilitée et sa capacité à s'intégrer aux campagnes numériques.

Source : SeQuel Response, *Direct Mail Marketing Benchmark Report*, 2024.



EFFICACE, MÊME EN TEMPS DIFFICILES

Au sortir d'une récession au début 2024, des données démontrent que les annonceurs britanniques ayant maintenu leurs activités de publipostage au cours de l'année précédente ont vu leurs ventes s'accroître de **43 %**.

Source : JICMAIL, « Mail response and attention continue on an upward trajectory in Q1 2024 ».

Visitez 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^{MC}