

Proposer le bon catalogue pour obtenir la bonne réponse

Manta Reisen réduit ses dépenses publicitaires grâce à DirectResponse Card



Les clients de Manta Voyages choisissent eux-mêmes les catalogues qu'ils veulent recevoir. Le spécialiste des vacances balnéaires et de plongée leur adresse une DirectResponse Card avec la liste des catalogues et ils effectuent directement leur commande. Le concept fait mouche! Les clients ne sont pas submergés par un flot de matériel publicitaire non sollicité et Manta Voyages n'envoie ses catalogues qu'aux clients intéressés, économisant ainsi frais de port et d'impression.

Lettres blanches sur fond bleu: le message et la présentation sont aussi clairs que les eaux de l'Océan Indien. Et font le lien avec l'offre. Manta Voyages est le spécialiste suisse des vacances balnéaires et de plongée aux îles Maldives. Il propose aux mordus de plage et de fonds marins des voyages dans le monde entier.

Un média double usage

Anita Rhiner, la manager marketing de Manta Voyages, a de nouveau misé sur la DirectResponse Card pour sa dernière opération de marketing direct. Elle est vraiment emballée par ce média double usage: «Ces trois dernières années, nos expériences ont été toutes favorables et nous ne pouvons que recommander la DirectResponse Card. Nos opérations frappent dans le mille. Le client commande exactement ce qui l'intéresse – et tout le monde gagne!»

Le marketing direct, un instrument très apprécié

Manta Voyages mise en priorité sur le marketing direct. Anita Rhiner apprécie particulièrement le fait que les opérations sont à la fois personnelles et mesurables et qu'elles peuvent être exécutées avec efficacité. Le budget publicitaire disponible ne permet pas d'organiser de grandes campagnes d'annonces pour le moment. Pour la spécialiste marketing, le MD présente un avantage supplémentaire: les groupes-cibles peuvent être définis avec précision, provoquant ainsi peu de perte de diffusion. Un message clair et un mécanisme de réponse simple: voilà la clé du succès.

Feuille de route:

exemple pratique Manta Voyages

Entreprise	Manta Voyages, www.manta.ch
Objectifs	Distribution de catalogues aux clients intéressés
Instrument de communication	Mailing avec DirectResponse Card
Médias de réponse	DirectResponse Card, indication des coordonnées
Groupe-cible	Clients (personnes soucieuses de qualité, pouvoir d'achat moyen à élevé, entre 25 et 60 ans, exigences de service élevées, intérêts et préférences: plongée, sport, nature, romantisme, plaisir)
Tirage du mailing	20 000 exemplaires
Résultat	Le flux des réponses au moment de la préparation de ce cas n'était pas encore bouclé; résultats obtenus par des opérations analogues: 13–22% de commandes de catalogues
Agence	Inhalt und Form, Zürich