

Un publipostage qui a du chien

Les facteurs sont des hommes de terrain. Grâce à eux, il est possible de réaliser un publipostage parfaitement ciblé



Purina fait preuve d'innovation en réalisant un envoi d'échantillon créatif avec la collaboration de la Poste.

Les chiens et les chats sont souvent, pour leurs propriétaires, bien davantage que des amis fidèles: ils font partie de la famille. Purina (plus grand producteur mondial d'aliments pour animaux de compagnie) s'occupe de leur bien-être et de leur santé depuis plus de 75 ans. Pour cerner au mieux les besoins de nos amis à quatre pattes, des recherches sont constamment menées par cette entreprise active dans env. 100 pays sur les cinq continents. Les aliments pour chiens Matzinger sont adaptés à l'âge et au tempérament de l'animal et lui apportent les éléments nécessaires à une vie saine.

Situation de départ

Un envoi d'échantillons devait être distribué à des propriétaires de chiens dans des zones rurales, entre le 14 et le 25 mai 2007. Le mailing s'adressait «Aux propriétaires de chiens moyens et grands». Purina a fait distribuer aux habitants de maisons individuelles possédant un tel animal un échantillon et un prospectus avec un concours, via PromoPost Sélectif. Pour la distribution, Purina a pu compter sur les compétences et les connaissances des facteurs. La solution avait été élaborée avec la Poste dans le cadre d'un atelier de marketing direct et s'est finalement concrétisée ainsi sur le terrain.

Réalisation

Deux actions ont été menées. Le premier envoi a été distribué par les facteurs dans des régions définies de Suisse. Dans une deuxième phase, l'envoi a été fait via les offices postaux (PubliPoste) aux propriétaires de chiots. Les deux actions portaient sur 30 000 contacts chacune. 60 000 échantillons ont donc été distribués en Suisse durant ces deux semaines.

Impact

L'opération a été un succès, avec un taux de réponse de 5% pour le concours. Les trois vainqueurs gagnaient une année de nourriture pour chien Matzinger. La solution innovatrice choisie par Purina lui a apporté un avantage concurrentiel et a touché très précisément le groupe cible. La distribution par les facteurs a particulièrement bien fonctionné.