

# Stop!



Direct, personnel, efficace: le mailing est un instrument important du mix marketing du TCS.

Le Touring Club Suisse (TCS) est le plus grand club de la mobilité du pays; il compte quelque 1,6 million de membres, auxquels il offre, depuis 1896, une vaste palette de produits et de prestations d'assistance aux personnes et aux véhicules. Le club s'implique en outre dans la sécurité routière et joue un rôle important dans la formation à la conduite. Le TCS n'ayant pas d'agences, les mailings physiques lui procurent de bonnes occasions de s'adresser directement à ses membres. Vu son rapport qualité-prix avantageux, les mailings sont un instrument de marketing important au TCS.

## Idée

«Le mailing Stop faisait partie de notre campagne nationale d'automne», indique Thierry Lachat, Senior Marketing Project Manager au TCS. «L'objectif en était d'inciter nos membres et de nouveaux clients potentiels à comparer les prix et prestations de leur assurance automobile avec notre assurance, pour qu'ils passent à "Auto TCS".»

## Réalisation

Le mailing a été réalisé conjointement avec une agence. Pour en augmenter l'impact, le TCS a choisi une enveloppe spéciale, avec une fenêtre pour l'adresse au verso et deux autres fenêtres au recto, à travers lesquelles on voyait le mot «Stop!» et un feu rouge. Les autres éléments de l'envoi consistaient en une lettre personnalisée repliée comportant un concours, une demande d'offre personnalisée partiellement remplie, une enveloppe-réponse préaffranchie et un prospectus avec une composante ludique. «En tirant le feu rouge vers le haut, il devient vert et renforce nos messages centraux», explique Thierry Lachat.

## Réaction

Le mailing – 75 000 exemplaires en français, 110 000 en allemand et 15 000 en italien – a été expédié le 17 août 2010 comme envoi en nombre du courrier B. Le taux de réponse de la demande d'offre s'est élevé à quelque 2%. Selon Thierry Lachat, «les objectifs quantitatifs et qualitatifs ont été atteints. Bon nombre de personnes ont pris contact avec nous par téléphone ou se sont rendues sur notre site Internet. Le taux de participation au concours nous a également donné satisfaction.»