

L'Armée du Salut

Le service **Médiaposte^{MC} acquisition** de Postes Canada appuie la campagne de prospection d'une œuvre de bienfaisance et recrute de nouveaux donateurs



« Le service Médiaposte^{MC} acquisition produit de sérieux résultats et des renseignements commerciaux utiles. »

Stephanie Corlett,
gestionnaire, Réponse directe,
Armée du Salut

OBJECTIF : Attirer de nouveaux donateurs en période de récession quand la concurrence est forte pour recruter de nouveaux donateurs et quand les gens ont moins d'argent à donner.

PRODUIT : Service Médiaposte^{MC} acquisition de Postes Canada

RÉSULTATS : La campagne a attiré de nombreux nouveaux donateurs et a produit des dons moyens correspondant à presque deux fois ce qu'on avait obtenu avec les listes louées qui incluaient les noms des destinataires.



Défi

L'Armée du Salut, plus grand fournisseur direct non gouvernemental de services sociaux au Canada, dépend de dons de particuliers et d'entreprises, et organise régulièrement des campagnes de financement grâce à une variété de médias. L'œuvre de bienfaisance suit une stratégie sophistiquée de publipostage; elle tient à jour une base de données des donateurs, loue et analyse régulièrement des listes d'envois commerciaux, et expédie chaque année plusieurs millions de lettres de sollicitation d'un bout à l'autre du Canada à l'aide du service Médiaposte avec adresse^{MC}. Grâce à cette stratégie, le publipostage est la première source de dons annuels de l'œuvre de bienfaisance.

Bien que l'Armée du Salut ait une solide base de donateurs habituels, l'organisme, comme toutes les œuvres de bienfaisance, tente constamment de remplacer ceux qui décident de cesser de donner régulièrement. Toutefois, étant donné qu'il y a plus de 80 000 organismes de bienfaisance enregistrés au Canada, la concurrence est forte pour recruter des donateurs.

^{MC} Marque de commerce de la Société canadienne des postes



Solution

Le service Médiaposte acquisition de Postes Canada permet de bien cibler les donateurs potentiels et de communiquer avec eux. Pour démontrer le pouvoir du service, Postes Canada s'est associée à l'Armée du Salut dans une campagne test.

Postes Canada a dressé une liste de 70 000 adresses valides (sans noms) associées aux revenus de ménage au-dessus de la moyenne dans la Région du Grand Toronto. Dans le cadre de sa campagne annuelle de la période des fêtes, l'Armée du Salut a expédié des envois aux adresses figurant sur la liste.



Avantages

Bien que la liste d'adresses valides de Postes Canada n'inclutait pas de noms, la campagne a attiré de nombreux donateurs et obtenu un taux de réponse assez fort pour convaincre l'œuvre de bienfaisance d'utiliser de nouveau le service Médiaposte acquisition.

Le don moyen produit par la campagne était presque deux fois celui obtenu grâce aux listes louées qui incluaient les noms des destinataires.

Vous voulez en savoir davantage sur le service Médiaposte acquisition ?
Communiquez avec votre représentant des ventes de Postes Canada dès aujourd'hui.

6-250 (11-09)



De partout... jusqu'à vous