

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 26 mars 2018

Mediapost Publicité a mis en place une campagne de retargeting postal ultra personnalisée pour l'Île de la Réunion Tourisme

Mediapost Publicité, filiale de Mediapost Communication, a mis en place une campagne de retargeting multicanal innovante pour l'île de la Réunion, depuis son site internet www.reunion.fr.

Ce dispositif consistait à identifier les visiteurs de son portail web, afin de leur proposer des offres commerciales ultra personnalisées directement dans leur boîte mail et leur livrer en moins de 24h, un ananas Victoria dans leur boîte aux lettres physique : une expérience unique !

Contexte et enjeux de l'opération

L'année dernière, l'île de La Réunion a battu un nouveau record de fréquentation et a accueilli 500 000 touristes. Outre les nombreux atouts que recèle l'île, une communication innovante, allant au-delà des traditionnelles publicités et vidéos, a permis de séduire davantage de vacanciers.

Pour ce faire, **l'île de la Réunion** s'est appuyée sur l'expertise de **Mediapost Publicité** pour déployer une campagne de retargeting postal, à l'occasion du salon de l'agriculture et du salon du Tourisme (15 mars dernier). Le fondement de cette campagne reposait sur l'attractivité incontestée de l'île, réputée pour ses productions locales artisanales (bijoux taillés dans la roche volcanique...) ou alimentaires.

Un dispositif de retargeting postal ultra personnalisé

Pour mettre en place cette opération spéciale, Mediapost Publicité a mis en œuvre sa solution de retargeting postal *Media Data Live*. Cette offre sur mesure permet aux annonceurs de déployer des scénarios de communication ciblés pour toucher le bon contact, au bon moment, grâce à la combinaison des datas traditionnelles, du marketing relationnel et des datas de navigation web.

Fondée sur une expérience consommateur originale, cette campagne a privilégié l'odorat, le goût et le toucher, plutôt que les sens les plus couramment utilisés en marketing que sont la vue et

l'ouïe. La finalité étant de donner envie de partir vivre l'expérience d'un voyage intense insufflée par la réception d'un ananas frais, aux arômes ensoleillés, directement dans sa boîte aux lettres en plein hiver.



L'île de La Réunion a ainsi lancé en début d'année un nouveau dispositif de marketing touristique afin de toucher les personnes ayant un projet quasi finalisé de séjour à La Réunion. Cette opération a consisté à relancer, par le biais d'un retargeting postal, les internautes identifiés après avoir effectué une recherche avancée sur le site web de l'île dans une période déterminée (entre le 20 janvier et le 10 mars).

Pour allécher les futurs visiteurs de cette destination de rêve, l'île de La Réunion a eu l'idée de leur envoyer un ananas Victoria accompagné de deux offres promotionnelles portant sur les vols de la compagnie Air Austral et les séjours du voyageur Kuoni.

C'est ainsi que durant les huit semaines de l'opération, 2 000 personnes (environ 250 par semaine) ont eu la surprise de recevoir chez eux un ananas frais dans les jours qui suivaient leurs démarches sur le site internet de La Réunion.

Les bénéfices de cette campagne

Suite aux cinq premières vagues d'envois des fruits, l'opération s'avère être un succès, avec un taux de réponse au questionnaire de satisfaction, adressé aux destinataires des ananas, **40 fois supérieur aux scores habituels de telles campagnes et un taux de satisfaction des répondants de 100 %**. Des résultats qui attestent ainsi de l'image ultra positive générée par cette initiative, perçue par les destinataires comme une « surprise », un « cadeau », « une façon de dire merci ».

Le succès de cette campagne de retargeting postal s'explique par le fait qu'elle a permis de réaliser une expérience physique en parfaite cohérence avec l'image de la Réunion. Le contact ainsi établi par la réception de l'ananas visait à booster l'attractivité de la destination.

L'utilisation de cet outil de marketing relationnel a pour objectif d'adresser une cible connue et choisie de manière personnalisée afin de modifier ou déclencher un comportement. Le courrier publicitaire ainsi envoyé aux visiteurs du site a permis à l'île de la Réunion d'établir une relation forte avec eux, basée sur l'émotion.

Cette campagne déployée par Mediapost Publicité vient témoigner de l'efficacité du phygital avec la combinaison du 1^{er} contact par le site internet et de la réception physique d'un produit à domicile...

« Cette opération est une réussite à plusieurs titres. C'est une belle illustration de ce que peut donner l'alliance de la créativité et des nouvelles technologies liées aux datas : c'est beau, c'est efficace... Tout le monde est gagnant : le consommateur car il reçoit un vrai « cadeau », et l'annonceur : ici l'île de la Réunion qui s'est adressé à des individus de façon pertinente car ils portaient déjà un intérêt pour la destination. » **Manuela Pacaud, Directrice Générale Business de Mediapost Communication.**

À propos de Mediapost Communication

Mediapost Communication, filiale du Groupe La Poste, est un acteur de référence du marketing relationnel. Il est organisé en 3 pôles d'expertise : Conseil, Data et Media. Mediapost Communication rassemble toutes les expertises off et online pour accompagner les annonceurs locaux, nationaux et internationaux sur l'ensemble de la chaîne de valeur du marketing relationnel et répondre aux nouveaux enjeux de la relation client des annonceurs.

Il accompagne les entreprises à chaque étape de leur stratégie d'acquisition et de fidélisation clients, puis en intégrant et en combinant avec intelligence les informations CRM et les données de navigation web via une DMP, permet d'activer les points de contact par un ciblage totalement personnalisé (email, SMS, display, courrier publicitaire adressé, échantillonnage...).

Plus d'informations sur : www.mediapostcommunication.fr

À propos de Mediapost Publicité

Mediapost Publicité, filiale de Mediapost Communication, s'appuie sur sa double expertise data et activation multicanal pour accompagner ses clients dans l'élaboration et le déploiement de campagnes ciblées et mesurables. Spécialisée dans la promotion de l'ensemble des supports publicitaires au ciblage personnalisé (Courrier adressé, Imprimé Publicitaire, e-mail, SMS), Mediapost Publicité promeut leur intégration dans les stratégies média des annonceurs au travers de packages et d'offres sur mesure. Partenaire des agences et des annonceurs, Mediapost Publicité développe également des études et outils de mesure (audience, efficacité).

Plus d'infos sur www.mediapost-publicite.fr

CONTACTS PRESSE - Agence SuPR!

Sophie Faroux : 06 52 21 17 30

sfaroux@supr-agency.com