

Plus de contenu



Pour lancer la saison du vélo, Thomet Radsport – Bicycle Obsession envoie un mailing qui permet d'économiser ou de faire un essai.

Chaque printemps, Thomet Radsport – Bicycle Obsession adresse un courrier à son cercle de clients. «Nous les rendons attentifs aux nouveautés et aux tendances actuelles et leur montrons que nous sommes prêts à aborder la prochaine saison cycliste», explique Philipp Thomet, représentant de la deuxième génération à la tête de cette petite entreprise familiale créée en 1959. «Nos clients veulent trouver chez nous des cycles de grande valeur plutôt que des vélos de tous les jours; ils attendent un conseil sérieux et un service de pro. Ce qui nous importe le plus est leur satisfaction.»

Situation de départ

«Avant, nous envoyions un journal clients, dans lequel nous publions des informations et indiquons des événements et des manifestations», dit Philipp Thomet. «Comme ce journal finissait en général malheureusement au vieux papier, nous avons cherché un moyen de nous adresser à nos clients et aux cyclistes actifs destiné à durer.» L'objectif était clair: il fallait sortir de l'ordinaire, attiser la curiosité et apporter quelque chose à chacun. Le résultat: un mailing frappant et créatif, composé d'une pochette et de cinq cartes postales traitant de différents thèmes.

Réalisation

La mise en page et la rédaction ont été réalisées à l'interne, précise Philipp Thomet, qui ajoute: «Afin de nous adresser à un maximum de clients existants et potentiels, nous avons retenu cinq thèmes et les avons conçus en fonction des groupes de cibles spécifiques: exposition de printemps, conseil, services, agenda 2011 et vélo électrique Flyer avec un bon pour une course d'essai.» 11 000 exemplaires ont été produits; la plus grande partie a été envoyée début mars 2011 par la poste, ou distribuée en tous-ménages par PromoPost.

Résultat

«Le feedback des clients a été très positif», conclut Philipp Thomet. «27 personnes ont utilisé leur bon pour faire une course d'essai avec le vélo électrique Flyer.» En outre, la société a vu affluer nombre de nouveaux clients. «Le mailing a atteint son but et sera renouvelé sous cette même forme à l'avenir.»