

Di tutto di più!



Per il lancio della nuova stagione Thomet Radsport – Bicycle Obsession spedisce un mailing composto da conservare o utilizzare.

Ogni anno in primavera Thomet Radsport – Bicycle Obsession spedisce un mailing ai suoi clienti fissi. «In questo modo attiriamo la loro attenzione sulle novità e sulle tendenze attuali e li informiamo che tutto è pronto per la stagione ciclistica», ci spiega il titolare Philipp Thomet, responsabile della gestione di seconda generazione dell'azienda di famiglia, fondata nel 1959 come ditta individuale. «I nostri clienti si attendono biciclette di alta qualità e modelli innovativi, una consulenza seria accompagnata da un'assistenza professionale. Del resto il nostro obiettivo principe è soddisfare i nostri clienti».

Premessa

«In passato spedivamo una rivista per i clienti nella quale oltre a informazioni utili pubblicizzavamo anche eventi e manifestazioni» afferma Philipp Thomet. «Poiché nella maggior parte dei casi la rivista veniva cestinata, abbiamo cercato di elaborare un concetto di più ampio respiro per avvicinare la clientela già esistente e i ciclisti attivi». L'obiettivo era chiaro: doveva essere qualcosa di insolito, capace di destare curiosità e di offrire qualcosa per tutti i gusti. E il risultato è stato un mailing accattivante e creativo costituito da un involucro esterno e cinque cartoline illustrate dedicate a temi diversi.

Attuazione

Il design e i testi sono stati realizzati inhouse e Philipp Thomet aggiunge: «Al fine di attirare l'interesse del maggior numero possibile di clienti esistenti e potenziali abbiamo alla fine scelto i cinque temi: esposizione primaverile, consulenza, servizi, programma 2011 e bicicletta elettrica Flyer con buono per un giro di prova e abbiamo elaborato un design specifico per ogni gruppo target». Gli 11'000 esemplari prodotti sono stati in gran parte spediti per posta all'inizio di marzo 2011 o distribuiti come invio PromoPost.

Effetto

«Il feedback dei clienti è stato estremamente positivo», afferma Philipp Thomet. «27 persone hanno riscattato il buono per il giro di prova con una bicicletta elettrica Flyer». Inoltre la piccola impresa ha acquisito numerosi nuovi clienti. «Il mailing ha raggiunto il suo scopo e verrà sicuramente impiegato nella stessa forma anche in futuro».