

Per una pubblicità rigogliosa – Garten-Center Aebi-Kaderli

Il marketing diretto creativo richiede spesso un invio non standard ed è per questo che la Posta realizza soluzioni cliente individuali. Il successo della rivista per clienti del Garten-Center Aebi-Kaderli testimonia l'efficacia di queste soluzioni per i committenti.

Il Garten-Center di Düringen (FR) trasforma giardini e balconi in oasi verdi. Tra le varie iniziative, il Garten-Center risveglia la voglia di fare giardinaggio anche con la rivista semestrale per i clienti «Die grünen Tipps».

La sfida

Fino a qualche tempo fa, la spedizione della rivista di giardinaggio «Die grünen Tipps» per l'azienda Aebi-Kaderli Garten-Center AG avveniva così: una piccola parte della tiratura ai clienti esistenti con invii indirizzati e la gran parte con invii non indirizzati PromoPost. In particolare, l'azienda usufruiva delle possibilità di selezione offerte da PromoPost e faceva recapitare la rivista solo nelle case unifamiliari e bifamiliari.

Con il passare del tempo, tuttavia, le nuove tendenze della società hanno imposto l'elaborazione di una nuova soluzione di invio: «Da un lato si ha meno tempo per il giardinaggio e dall'altro il numero dei giardini si riduce a causa della cementificazione», spiega Nathalie Thossy-Aebi, specialista del commercio al dettaglio e membro del Consiglio di amministrazione. «Per questo, ora ci concentriamo maggiormente sui prodotti da balcone e con la nostra rivista intendiamo raggiungere, appunto, un numero maggiore di persone che dispongono di un balcone».

La realizzazione

L'azienda ha discusso il proprio obiettivo con il consulente clienti della Posta, il quale, in collaborazione con il team Business Solutions, ha sviluppato una soluzione tagliata su misura. Il team interviene ogniqualvolta un desiderio della clientela non può essere soddisfatto mediante le prestazioni standard della Posta. L'azienda Garten-Center Aebi-Kaderli ha proposto alla Posta un volantinaggio personalizzato. Oggi



quindi, prima di recapitare la rivista «Die grünen Tipps» negli immobili della zona di distribuzione, il personale di recapito controlla se questi hanno il balcone, e solo a questo punto deposita la rivista nelle cassette delle lettere.

Il vantaggio per il Garten-Center Aebi-Kaderli

Questo tipo di recapito selettivo limita la dispersione e riduce i costi. L'azienda Garten-Center Aebi-Kaderli raggiunge esattamente il gruppo target che trae un'effettiva utilità dalle sue formidabili offerte. A proposito di costi: Nathalie Thossy-Aebi ha apprezzato in particolare che il team Business Solutions della Posta abbia elaborato diverse varianti. «Abbiamo potuto scegliere quella che secondo noi aveva il miglior rapporto qualità-prezzo». Perché in veste di PMI con un budget pubblicitario limitato, il Garten-Center deve assicurarsi che la pubblicità sia efficace e dia ottimi frutti.

Dalle soluzioni per ottimizzare lo spazio fino al relax: il Garten-Center Aebi-Kaderli offre tutto il necessario per giardini, piscine e vasche idromassaggio nell'area Friburgo-Berna o nello shop online.