



Marketing direct

TMR EMBARQUE SES CLIENTS GRÂCE À LA REMISE COMMENTÉE



SOLUTION LA POSTE

PROXI CONTACT : LE FACTEUR HUMAIN

Avec la gamme **Proxi contact**, le facteur vous permet de remettre, collecter ou échanger un pli en main propre, accompagné d'un **commentaire personnalisé**, au domicile de vos clients ou prospects. Vous renforcez ainsi l'efficacité de vos communications en entrant en contact physique avec votre client. Vous optimisez votre retour sur investissement en améliorant l'efficacité de votre message grâce aux explications données par le facteur. Par ailleurs, grâce à la collecte de documents par le facteur, vous **dopez votre performance commerciale, en fiabilisant le retour des pièces contractuelles.**

— Toujours en quête de moyens de communication directs et personnalisés, TMR a testé cette année la remise commentée auprès de ses clients amateurs de croisières musicales en mer. Une expérimentation couronnée de succès que la société envisage de renouveler.

TMR est un **croisiériste français haut de gamme** qui propose depuis trente ans des tours du monde, des croisières et des voyages exploratoires à bord de vaisseaux d'exception tels que le Concorde - véritable tour de force qui fit la réputation de la société à la fin des années 90 - le France, le Renaissance et depuis cette année l'ex-Mistral. Pour se faire connaître, TMR a misé tout d'abord sur la rumeur, « *le média le plus ancien et le plus efficace du monde* », avant de se lancer exclusivement dans le **marketing direct**. Ici pas de campagne mail à outrance. TMR ne communique que par **catalogues haut de gamme** soigneusement illustrés et dépliants, qui montrent les cabines, les bateaux et les différentes escales de rêve que la compagnie propose.

« BONJOUR MME / M., J'AI UNE OFFRE POUR VOUS DE LA PART DE TMR... »

Pour casser un peu ses habitudes et surprendre ses clients, TMR a testé cette année la solution de **remise commentée** de La Poste, Proxi contact. Sur ses destinataires habituels, 30 000 ont bénéficié d'une remise en main propre accompagnée d'un commentaire à leur attention par le facteur. « *Bonjour Mme / M., j'ai une offre privilège pour vous de la part de TMR. Vous avez été personnellement choisi pour réaliser une très belle croisière avec un chèque de 400 €. Tout est expliqué à l'intérieur du pli. Pour confirmer, appelez TMR à ce numéro... Bonne journée, Mme / M. !* » Une nouvelle forme de marketing direct toujours plus personnalisée qui a permis au croisiériste de multiplier ses ventes par trois cette année, notamment auprès de ses clients les plus fidèles. Fort de ce succès, TMR a déjà prévu de refaire une opération du même type en fin d'année.