

DIRECT RESPONSE MEDIA GROUP

Solutions numériques intégrées
axées sur les données.



DRMG

La plus grande entreprise de publicité à réponse directe au Canada offrant des solutions multicanaux.



DOLLCO

Un service complet de distribution de dépliants, de catalogues et de solutions d'envois, et ce, depuis maintenant 100 ans.



CGPM

La présence et l'engagement dévoués de DRMG au Québec, et propriétaire de médias bilingues.

DRMG

186 000 000

DÉPLIANTS MÉDIATIQUES PARTAGÉS
IMPRIMÉS PAR AN

350 000 000

CAMPAGNES IMPRIMÉES PAR AN

16 400 000

REJOIGNEZ 100% DES MÉNAGES CANADIENS

3 282 670 000

COUPONS IMPRIMÉS PAR AN

Canada d'eh!
PAVLOV REAL ESTATE GROUP

2^{\$}9 FOR MIX 'N MATCH
CHOOSE ANY TWO

ORANGE CREAM SHAKE
VIBRANT. CREAMY. PERFECT FOR SUMMERTIME.

DQ
Clover Square Village
17720 56 Ave. Surrey, BC
(604) 576-4811
dairyqueen.com

Small Cone 99¢
DINE IN NOW OPEN
2 Cheeseburgers \$4.99

Pita Pit
NOW OPEN
1890 - 187H ST. NORTH
BRAND OILMB
(204) 729-7489

yogen früz
pitas, salads and oh so yummy

ABELL Pest Control
1 MONTH FREE

MUST-SEE
1 & 2 Bedroom Apartments
Limited Time Offer
Receive a move-in bonus up to \$500!

PITALAND
MID-EAST URBAN KITCHEN

SAVE \$5
SO GOOD SO FRESH!

FRESH SLICE PIZZA
2 MEDIUM 2-TOPPING PIZZAS AND CHEESY BREAD \$20
1 X-LARGE 2-TOPPING PIZZA AND 8 PIECES CHICKEN WINGS \$20
1 X-LARGE UNLIMITED TOPPING PIZZA AND CHEESY BREAD \$20
3 MEDIUM 2-TOPPING PIZZAS \$20
2 MEDIUM 2-TOPPING PIZZAS AND 4 6.9 1ML PEPSI SOFT DRINKS \$20
2 X-LARGE 2-TOPPING PIZZAS \$20

ABELL Pest Control
1 MONTH FREE

Money Saver
SINCE 1996
IT'S LIKE GETTING MONEY IN YOUR MAILBOX™

CIRCLE K CONVENIENCE STORES
FREE COFFEE COUPON INSIDE

Home Saver
YOUR HOUSE, HOME & FAMILY SAVINGS GUIDE™

NEED QUALITY WINDOWS?
\$500 IN REBATES PER WINDOW
ON SELECT HIGH-PERFORMANCE WINDOWS

Money Saver
SINCE 1996
IT'S LIKE GETTING MONEY IN YOUR MAILBOX™

\$100 OFF
Valid 2019
Free Estimates
416-833-2492

HAKIM OPTICAL
Winter WELCOME SALE

Home MAGAZINE

GO GATINEAU EUREKA

ST-SÉNATEURS
10 000 \$ TO BE WON

LIVING
YOUR TRUSTED GUIDE TO PERSONAL & HOUSEHOLD PRODUCTS & SERVICES™

DOLLCO SOLUTIONS IMPRIMÉES

3 600 000 000

PAGES IMPRIMÉES PAR AN

2 400 000 000

PUBLIPOSTAGES IMPRIMÉS PAR AN

2 500 000

MAGAZINES IMPRIMÉS PAR AN

6 000 000

PUBLICATIONS IMPRIMÉES PAR AN



LES PROBLÈMES QUE NOUS RÉGLONS

L'ACQUISITION DE CLIENTS

Pour accroître la part de marché de votre entreprise, nous proposons des solutions qui permettent de trouver et d'attirer de nouveaux clients plus rapidement et avec un meilleur retour sur investissement.

LA FIDÉLISATION DES CLIENTS

Nos solutions cultivent les relations de confiance et les liens privilégiés que vous avez établis pour renforcer et approfondir la fidélité à votre marque.

CROISSANCE DES REVENUS

La gamme de produits et de services de DRMG est conçue pour permettre une croissance rentable des revenus de votre entreprise dans toute une série de secteurs.

ANALYSES ET CONNAISSANCES

Une analyse approfondie des canaux vous permet de mieux comprendre les comportements et les tendances de vos clients.

NOS CLIENTS

Tim Hortons

MR. LUBE

PIZZA NOVA



 **Brock** DOORS & WINDOWS



 **ROYAL LE PAGE**


PRINCESS MARGARET
HOME
LOTTERY
TO CONQUER CANCER

 **DOORDASH**

 **Pfizer**

HAKIM
OPTICAL

Leaf  Filter
GUTTER PROTECTION

 **MIDAS**

 **PURINA**

LES CANADIENS APPRÉCIENT LES PUBLIPOSTAGES

UN PUBLIPOSTAGE OFFRE LE TAUX D'ENGAGEMENT LE PLUS ÉLEVÉ



92 %
LE LISENT

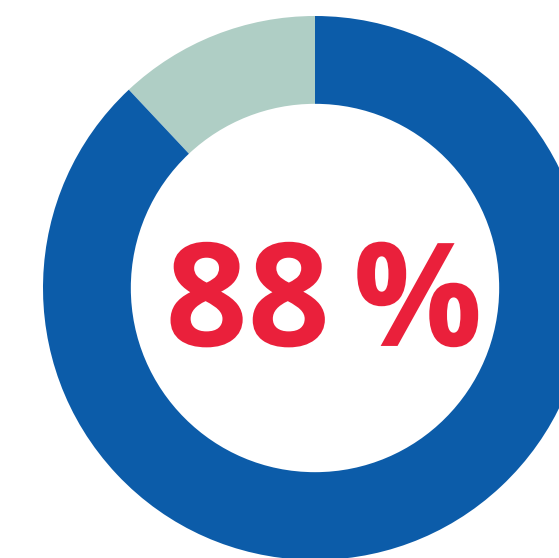


79 %
LE CONSERVENT

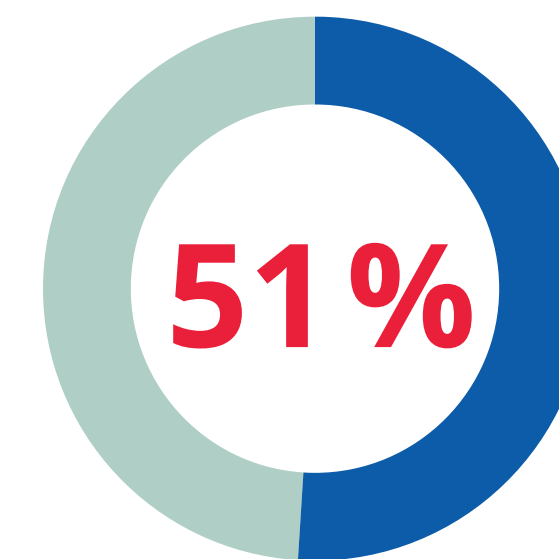


71 %
LE PARTAGENT

LE PUBLIPOSTAGE GÉNÈRE LES VISITES EN MAGASIN ET EN LIGNE



visitent un magasin ou vont en ligne après avoir reçu un publipostage.



achètent en magasin ou en ligne après avoir reçu un publipostage.

DU PUBLIPOSTAGE POUR CHAQUE OPTION

ENVOI PARTAGÉ

- Partagez les coûts de publicité avec des annonceurs locaux, régionaux et nationaux.
- Rejoignez les foyers à une fraction du coût d'un envoi solo.
- Plus de 470 zones marketing locales.
- Tirage annuel de 18 142 500



ENVOI SOLO

- Ininterrompu dans la boîte aux lettres.
- Communiquez avec les consommateurs sur une base de 1:1.
- Ciblage hyper local avec des données riches sur les consommateurs de Postes Canada, Pelmorex, Environics ou des listes de clients.
- Ciblez des foyers, des condos, des appartements et des adresses rurales.



PUBLIPOSTAGE SOLO

ININTERROMPU DANS LA BOÎTE AUX LETTRES

Optimisez votre impact dans la boîte aux lettres avec un publipostage solo. Profitez de la richesse des données sur les consommateurs de Postes Canada, Pelmorex, Environics ou des listes de clients pour identifier les consommateurs les plus intéressés par votre produit ou votre offre.

CIBLEZ SUR UNE BASE DE 1:1

Rejoignez les foyers individuels qui répondent à des caractéristiques particulières grâce à 3 milliards de points de données sur les consommateurs et 1 200 attributs de ciblage.

LISTES DE CLIENTS/ DONNÉES *FIRST-PARTY*

Exploitez vos listes de clients/données first-party pour un meilleur ciblage.

Cliquez ici pour voir la version numérique



MONEY SAVER PARTAGÉ

LA PUBLICATION LA PLUS DIGNE DE
CONFIANCE AU CANADA POUR LES
ÉCONOMIES DE TOUS LES JOURS, ET CE,
DEPUIS 25 ANS.

Plus qu'un simple magazine, Money Saver est la publication locale la plus reconnue et la plus digne de confiance au Canada pour les économies de tous les jours. Money Saver atteint 90% des maisons, des condos, des appartements et des adresses rurales au Canada.

Circulation : 18 142 500

Versions locales : 472

Coupons annuels : 2 646 650 000

Portée annuelle : 129 210 000

Money Saver



MONEY SAVER ENVELOPPE/EMBALLAGE

**LA PUBLICATION LA PLUS DIGNE DE
CONFIANCE AU CANADA POUR LES
ÉCONOMIES DE TOUS LES JOURS, ET CE,
DEPUIS 25 ANS.**

L'enveloppe Money Saver rassemble les publipostages d'annonceurs nationaux, régionaux et locaux. Consommateurs hyper locaux avec 348 zones de distribution. Offert en Colombie-Britannique, en Alberta, en Ontario, dans les Maritimes et au Québec.

Circulation : 6 432 500

Zones/Éditions : 348

Circulation moyenne : 12 500

Nombre de numéros par an : 12

Coupons par an : 1 202 700 000

Cliquez ici pour
voir la version
numérique

Money Saver
Enveloppe/Emballage



MONEY SAVER MAGAZINE

**LA PUBLICATION LA PLUS DIGNE DE
CONFIANCE AU CANADA POUR LES
ÉCONOMIES DE TOUS LES JOURS, ET CE,
DEPUIS 25 ANS.**

Plus qu'un simple magazine, Money Saver est la publication locale la plus reconnue et la plus digne de confiance au Canada pour les économies de tous les jours. Consommateurs hyper locaux avec 69 secteurs de distribution à l'intérieur de l'Ontario et du Manitoba.

Circulation : **2 615 000**

Zones/Éditions : **69**

Circulation moyenne : **50 000**

Nombre de numéros par an : **12**

Coupons par an : **859 350 000**

Cliquez ici pour
voir la version
numérique

Money \$aver
Magazine



MONEY SAVER ENCART

LA PUBLICATION LA PLUS DIGNE DE CONFIANCE AU CANADA POUR LES ÉCONOMIES DE TOUS LES JOURS, ET CE, DEPUIS 25 ANS.

Les marques continuent de compter sur l'encart Money Saver parce que les consommateurs le font aussi. Cette brochure 4-couleurs de plusieurs pages propose des coupons, des promotions, des concours et autres publicités promotionnelles de vos marques BCE, détaillants, restaurants et hôtels favoris, ainsi que de pharmacies et d'épiceries.

Circulation : 7 000 000

Zones/Éditions : 41

Circulation moyenne : 150 000

Nombre de numéros par an : 4

Coupons par an : 336 360 000

Cliquez ici pour
voir la version
numérique

Money Saver
Encart







LES DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES DES LECTEURS DE MONEY SAVER

Money Saver est distribué exclusivement par Postes Canada et rejoint 90% des foyers, condos et appartements au Canada. Comprendre qui est le client permettra d'élaborer un message pertinent et de construire une plateforme marketing solide pour engager les consommateurs dès le début de leur parcours d'achat.



ÂGE MOYEN 28-54 ANS



-  Plus susceptible d'être mariés.
-  Plus susceptibles d'être les parents d'une grande famille (3-4 enfants)
-  Ont un revenu familial plus élevé (75 000\$ à 150 000\$)
-  Éduqués et plus susceptible d'avoir un diplôme universitaire

REJOINDRE TOUS, ET CHACUN

100% DU CANADA

16,4M

adresses rejoignables

4,0M

condos et appartements

2,0M

adresses rurales

REJOINDRE CHAQUE FOYER

UN À PLUSIEURS



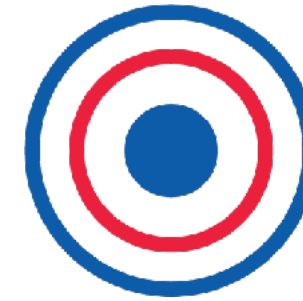
ENVOI DE QUARTIER



500 ménages

- Rejoignez chaque maison, appartement et entreprise d'un quartier choisi.
- Ciblez les consommateurs qui correspondent à votre profil géographique préféré.
- Déployez des campagnes faciles et rapides à commercialiser.

UN À QUELQUES-UNS



CIBLAGE PAR CODE POSTAL



20 ménages

- Exploitez les données disponibles par code postal pour rejoindre les clients potentiels qui partagent les caractéristiques de vos meilleurs clients.
- Utilisez les connaissances géographiques et démographiques, de même que le style de vie pour sélectionner certains codes postaux.
- Maximisez vos dollars d'acquisition en ciblant uniquement les nouveaux clients tout en supprimant de votre campagne vos clients existants.

UN À UN



ENVOI PERSONNALISÉ



Engagez la conversation avec un seul client.

- Communiquez des messages marketing personnalisés.
- Approfondissez les relations avec vos clients existants.
- Rejoignez de nouveaux clients potentiels.
- Maximisez vos initiatives de fidélisation des clients.

PARCOURS CLIENT

IDENTIFIEZ LES CONSOMMATEURS TOUT AU LONG DE LEUR PARCOURS D'ACHAT.

Mesurez l'impact à chaque étape.

1 NOTORIÉTÉ

- Ciblage hyper local des consommateurs et entreprises avec les données riches.
- Communiquez avec les clients sur une base de 1:1.



UN À PLUSIEURS
Publipostage solo
Money Saver



UN À QUELQUES-UNS
Publipostage solo
Money Saver

2 CONSIDÉRATION

- Ciblage granulaire des consommateurs les plus intéressés par votre produit.



UN À UN
Publipostage solo



UN À QUELQUES-UNS
Publipostage solo
Money Saver

3 ÉVALUATION

- Ciblez les consommateurs sur le marché avec des publipostages 1:1 personnalisés.



UN À UN
Publipostage solo

4 FIDÉLISATION

- Récompensez les clients et communiquez sur une base de 1:1.



UN À UN
Publipostage solo

5 MOBILISATION

- Tirez parti de l'engagement des consommateurs.



UN À PLUSIEURS
Publipostage solo
Money Saver



UN À QUELQUES-UNS
Publipostage solo
Money Saver

BIEN COMBINER, C'EST LA CLÉ.



**LA BONNE
PERSONNE**

+



**LE BON
MESSAGE**

+



**LE BON
MOMENT**

+



**LE BON
CANAL**

CIBLEZ VOS CLIENTS

CIBLEZ LES CONSOMMATEURS GRÂCE AUX DONNÉES RICHES SUR LES CONSOMMATEURS.

UN À UN

Rejoignez les ménages individuels qui répondent à des caractéristiques particulières. Ininterrompu dans la boîte aux lettres.

UN À QUELQUES-UNS

Rejoignez 20 ménages par code postal avec une forte tendance à répondre à des critères spécifiques tels que les données démographiques, les champs d'intérêt, les comportements, le style de vie et l'intention d'achat.

UN À PLUSIEURS

Rejoignez 500 ménages qui partagent un ensemble de caractéristiques similaires telles que l'âge, le revenu, la situation familiale et l'accès à la propriété.

UN À **PLUSIEURS**
courrier de quartier^{MD}



UN À **QUELQUES-UNS**
ciblage par code postal



UN À **UN**
courrier personnalisé^{MD}



CIBLEZ LE BON CLIENT

DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Rejoignez des publics précis selon des caractéristiques et des informations socio-économiques.

- Sexe
- Âge
- Éducation
- Revenu
- Taille de la famille
- Langue maternelle
- Indicateur de langue primaire



CHAMPS D'INTÉRÊT ET COMPORTEMENTS

Ciblez les clients potentiels en fonction de leur comportement, de leurs préférences, des lieux visités, etc.

- Acheteurs en ligne
- Occupation
- Nutrition et régime alimentaire
- Fréquence des voyages
- Tendances en matière de paiement par carte de crédit
- Donateurs caritatifs
- Automobile

ATTRIBUTS D'ADRESSE

Ciblez les consommateurs selon leur type de résidence.

- Noms des consommateurs
- Type de résidence
- Propriété de la résidence
- Valeur de la maison
- Année de construction
- Nombre d'individus dans le ménage
- Revenu familial
- Type d'emploi
- Nouvellement emménagé



ÉTAPE DE LA VIE ET MODE DE VIE

Ciblez les consommateurs en fonction de la façon dont ils vivent leur vie et des moments ou événements clés de leur vie.

- Noms des consommateurs
- Sports et loisirs
- Préférences de vacances
- Cartes de fidélité
- Achats en ligne
- Achats et visites récentes
- Cote de crédit

**OVER 1,200
TARGETING
DATA POINTS
AVAILABLE**

COUPONS NUMÉRIQUES

PROMOTION À TRAVERS TOUTES LES PLATEFORMES

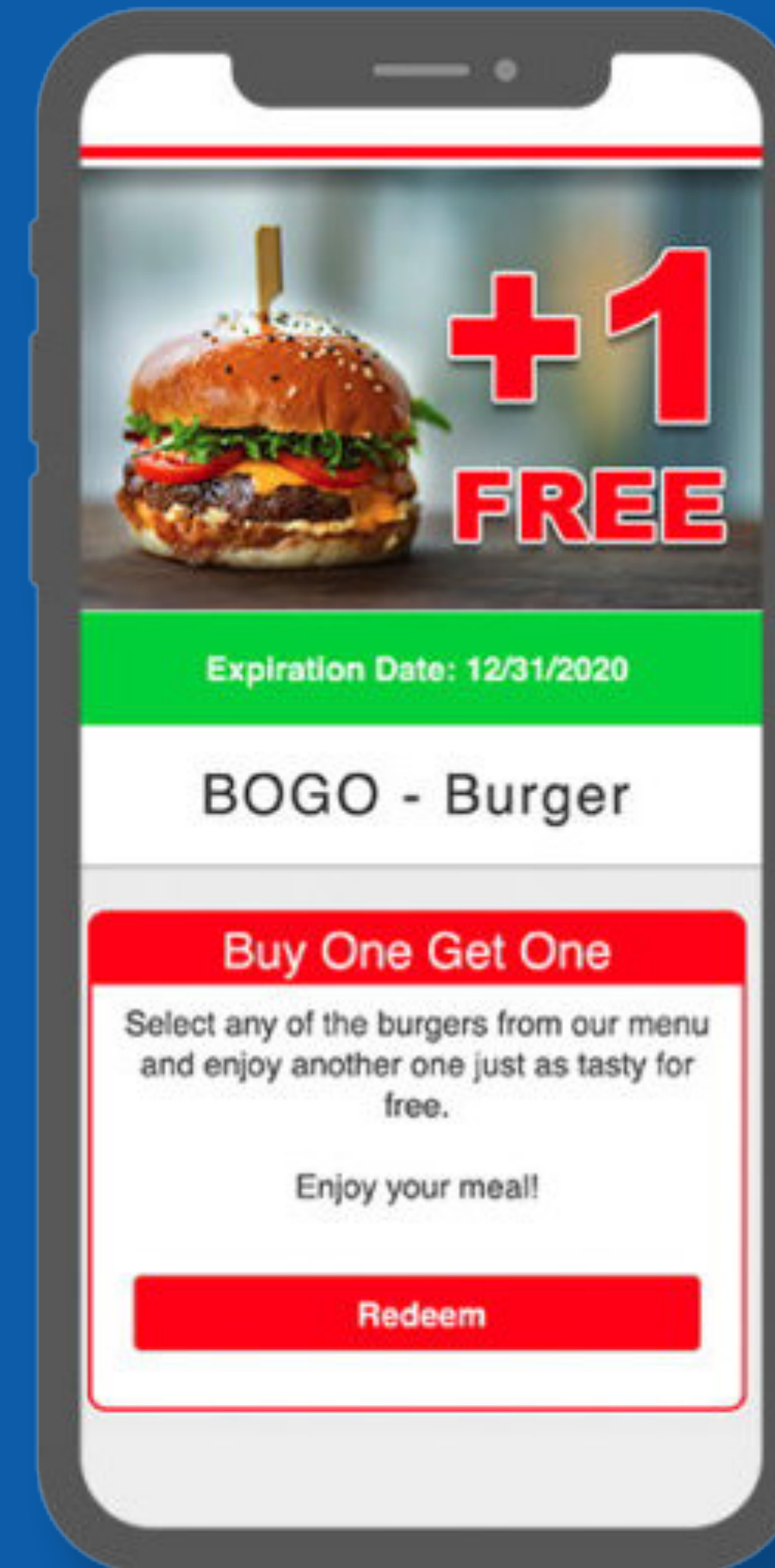
- Géociblé par code postal
- Personnalisé à chaque consommateur
- Activé par code à barres

TÉLÉCHARGEMENT DE COUPONS QR

- Téléchargement directement dans le portefeuille d'un téléphone mobile Apple/Android.
- Chargement 3x plus rapide

INFORMATIONS UTILES SUR LES CONSOMMATEURS

- Emplacement spécifique de chaque téléchargement
- Date/heure du téléchargement
- Nom, courriel, téléphone, code postal



RÉSULTATS AXÉS SUR LES DONNÉES

MESUREZ LE SUCCÈS DE CHAQUE CAMPAGNE
OBTENEZ UNE VUE D'ENSEMBLE DE CHAQUE CONSOMMATEUR
ALORS QU'IL INTERAGIT AVEC LE PUBLIPOSTAGE

- Emplacement
- Communications par téléphone/texto
- Capture adresse courriel
- Reciblage
- Coupon téléchargé
- Coupon échangé



CODES QR INTELLIGENTS

CODES QR INTELLIGENTS

Tous les appareils photo des téléphones intelligents peuvent désormais lire les codes QR. Il n'est pas nécessaire de télécharger une appli séparée !

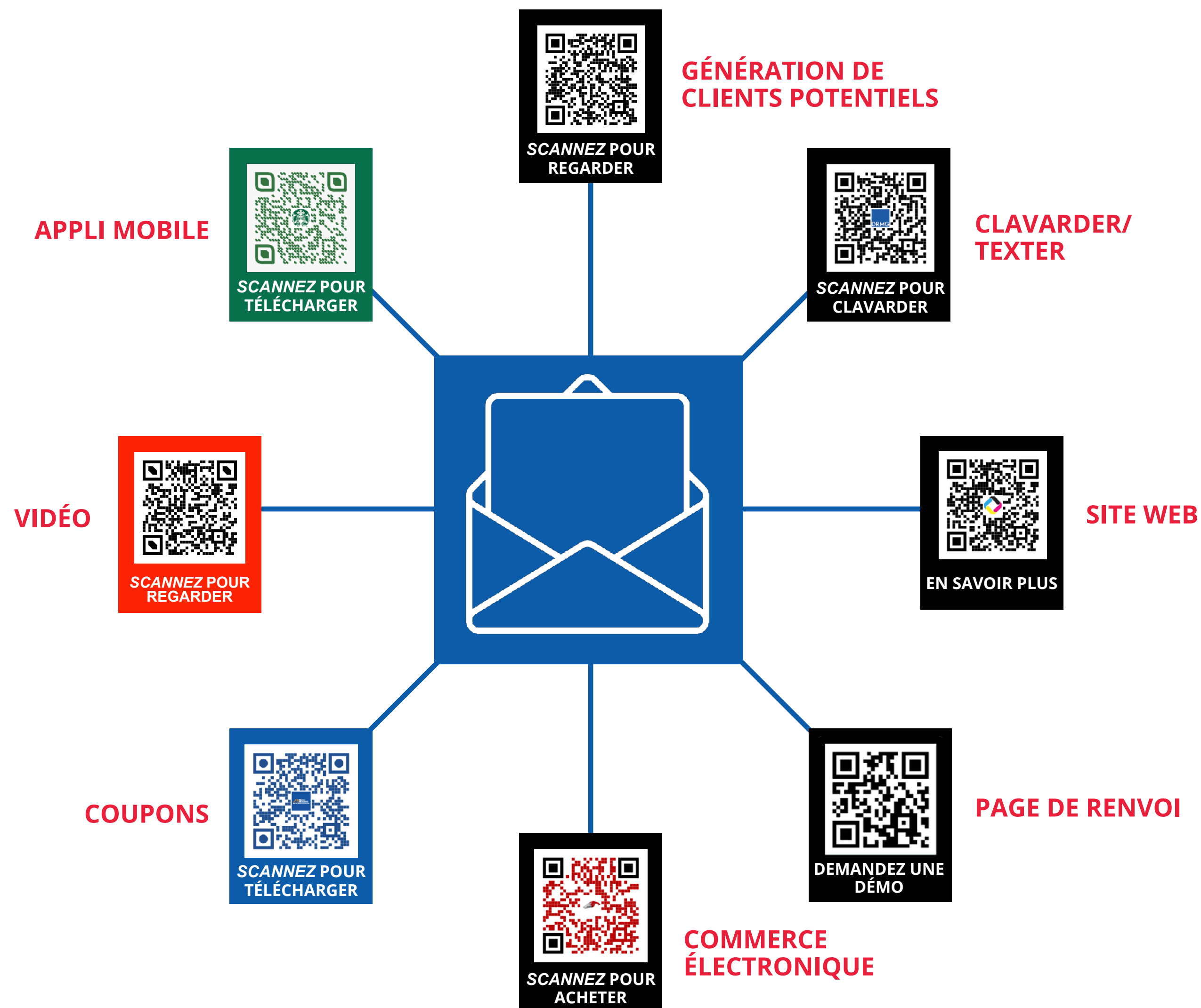
Les codes QR fournissent une analyse approfondie de chaque scan par date, appareil et lieu !

RECIBLAGE

Reciblez rapidement les consommateurs qui *scannent* des codes QR sur des annonces Google, Youtube, Facebook et Instagram.

INFORMATIONS EN TEMPS RÉEL

Repérez l'emplacement de chaque *scan* d'un code QR, la date, l'heure et les détails de l'utilisateur.



GAGNEZ EN VISIBILITÉ SUR LES APPELS, LES CONVERSATIONS ET LES CONVERSIONS.



SUIVI DES APPELS

Un numéro local, ou sans frais pour chaque campagne.



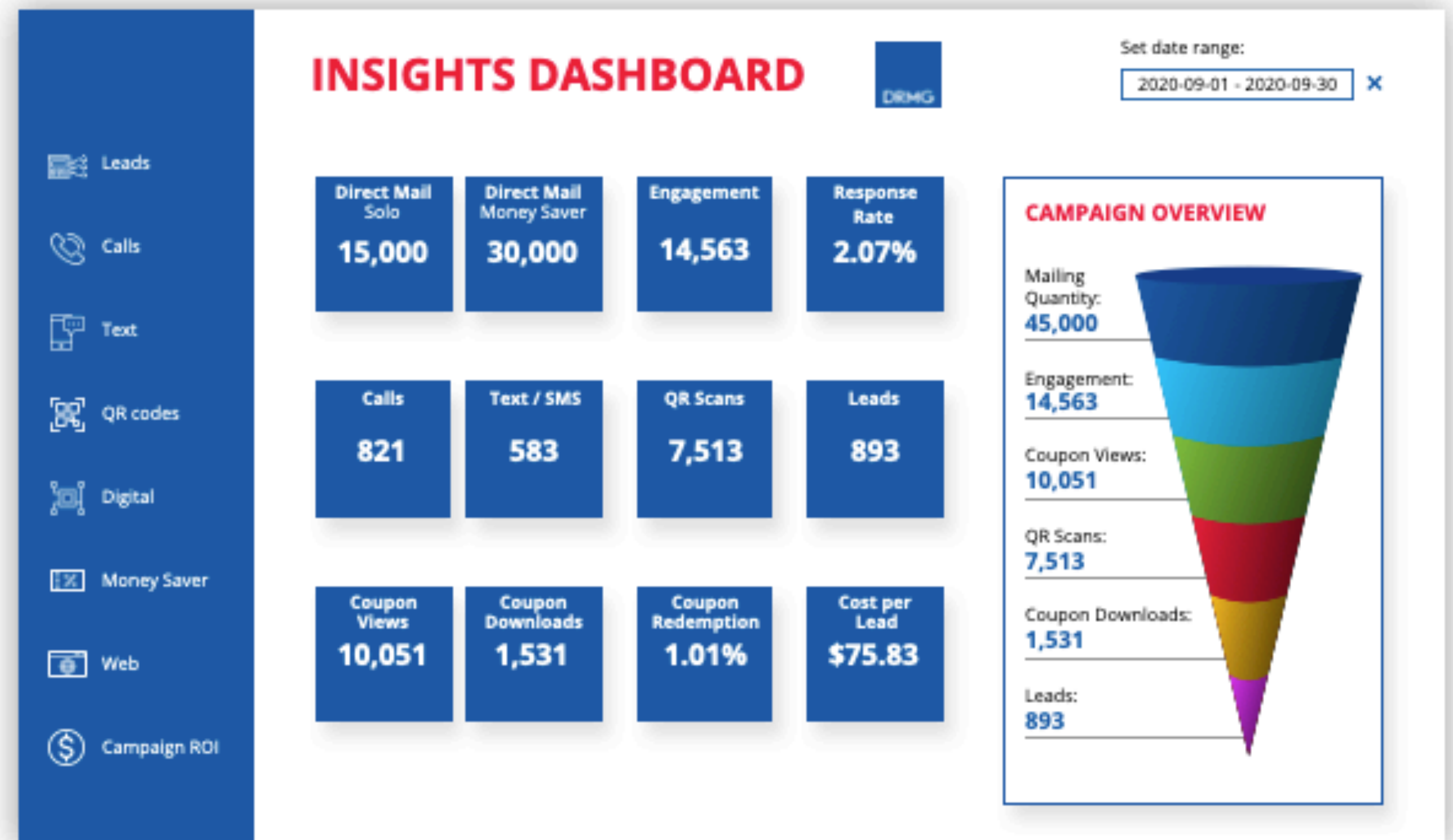
ENGAGEMENT TEXTO

Numéros avec suivi en mode texte des appels permettant aux consommateurs de communiquer par clavardage.



CODE QR

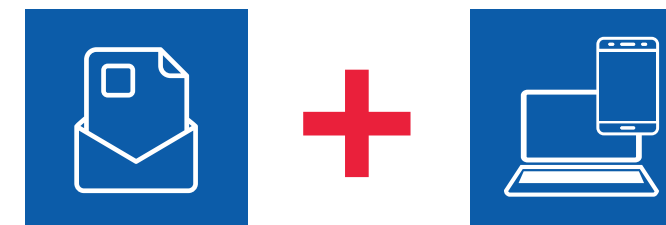
Des expériences mobiles uniques engageantes avec des vidéos, du clavardage, des coupons numériques grâce aux codes QR.



L'IMPRIMÉ DANS UN MONDE NUMÉRIQUE

NUMÉRIQUE + PUBLIPOSTAGE

186 % plus de temps est passé avec des campagnes numériques qui intègrent le publipostage qu'avec des **campagnes numériques seules.**



40 secondes vs 14 secondes
Le temps passé a été calculé avec deux expositions



▲
20 %

Côté motivation, le publipostage est beaucoup plus persuasif et montre un taux de réponse **supérieur de 20%** lorsque comparé au média numérique.



▲
39 %

Les consommateurs portent **39% plus d'attention** (temps passé) aux campagnes qui intègrent le publipostage et le numérique qu'aux campagnes avec un seul média.



47 %

47% ont visité un magasin en réaction à un publipostage.

L'IMPRIMÉ DANS UN MONDE NUMÉRIQUE

LE PUBLIPOSTAGE MÈNE AUX ACHATS EN LIGNE

COMMENT LE PUBLIPOSTAGE PERFORME-T-IL AVEC LES MILLÉNAUX?

42%

conservent les pièces de publipostage pour une référence future⁷

50%

sont excités de voir ce qui se retrouve dans leur boîte aux lettres physique⁸

81%

utilisent une méthode physique pour suivre les promotions⁹



LE PUBLIPOSTAGE AIDE À GÉNÉRER DES ACHATS

Des achats faits récemment par des milléniaux,

31%

ont été initiés par une promotion imprimée ou publipostage¹⁰



Les campagnes intégrées génèrent

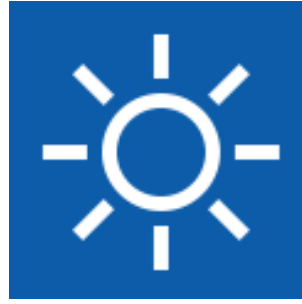
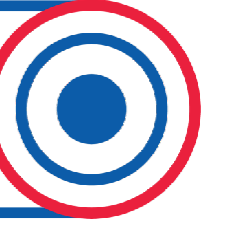
39%

plus d'attention que les campagnes numériques seulement¹¹

ÉTUDES DE CAS

GREAT CANADIAN OIL CHANGE

UN À **PLUSIEURS**
courrier de quartier^{MD}



OBJECTIF

Acquérir de nouveaux clients en utilisant le publipostage solo et partagé.



APPROCHE

Chaque franchise locale Great Canadian Oil Change a utilisé le publipostage DRMG solo et partagé pour cibler de nouveaux clients dans un rayon de 5 km de leur emplacement.

Une offre était envoyée tous les 3 mois aux consommateurs locaux.

RÉSULTATS



5:1 ROAS

Pour chaque 1\$ dépensé, le publipostage a mené à 5\$ de profit.



WAYFAIR CANADA



OBJECTIFS

Augmenter la notoriété de la marque et améliorer la conversion des paniers abandonnés.



APPROCHE

Utilisation de E-comm Audience, une propriété de Postes Canada, pour cibler par code postal les consommateurs en ligne les plus actifs qui viennent de découvrir Wayfair.

RÉSULTATS



90 %

Amélioration dans l'identification des magasiniers vs les semblables dans le groupe contrôle géographique

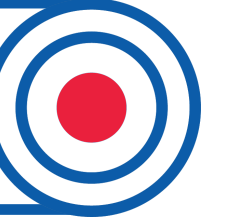


19 %

Taux de réponse du publipostage. Taux de conversion 19% plus élevé que le ciblage numérique seulement.



UN PAR UN
courrier personnalisé^{MD}



NATURES EMPORIUM



OBJECTIFS

Augmenter la notoriété et générer des visites en magasin à ses nouveaux emplacements situés à l'extérieur de son marché actuel.



APPROCHE

Nature's Emporium a tiré profit du publipostage et du ciblage hyper local des voisinages entourant ses nouveaux emplacements en utilisant le ciblage **Un à plusieurs** et **Un à quelques-uns**. Avec le publipostage Solo, ils ont promu deux appels à l'action invitants : un coupon de 5\$ échangeable en magasin et la chance de gagner une carte-cadeau de 250\$.

RÉSULTATS



3%

Taux de conversion du coupon



2%

Taux de participation au concours



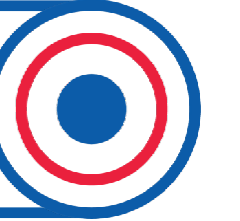
15%

des ventes en magasin venaient de l'échange du coupon

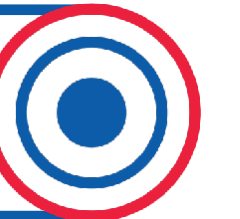
Source : Postes Canada



UN À **QUELQUES**
ciblage par code postal

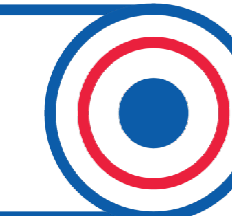


UN À **PLUSIEURS**
courrier de quartier^{MD}



ALBERTA MOTOR ASSOCIATION

UN À **QUELQUES**
ciblage par code postal



OBJECTIF

Générer de nouveaux abonnements grâce à une offre invitante de deux abonnements.



APPROCHE

Alberta Motor Association a travaillé avec Postes Canada pour cibler et rejoindre 70 000 foyers tout en supprimant de cette campagne les clients existants.



RÉSULTATS



591

Nouveaux membres acquis



10 %

Augmentation additionnelle au-delà des gains prévus



50 %

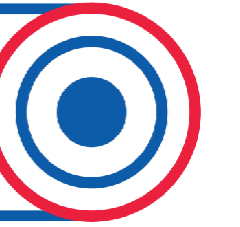
des répondants se sont abonnés en ligne

Source : Postes Canada



STRUCTUBE

UN À **PLUSIEURS**
courrier de quartier^{MD}



OBJECTIF

Générer des visites en personne aux 55 magasins Structube à travers le Canada.



APPROCHE

À l'aide de la richesse des données sur les consommateurs de Postes Canada, Structube a d'abord défini un rayon autour de ses magasins. En utilisant le ciblage **Un à plusieurs** pour cibler les consommateurs locaux, Structube a utilisé un dépliant publicitaire surdimensionné pour susciter l'intérêt.

Les condos dans les centres urbains représentent une grande portion de la cible de Structube. L'accès exclusif de Postes Canada aux condos et appartements leur a donc permis de rejoindre cette audience.

RÉSULTATS



70%

lift in store traffic and improved ROI of their simultaneous digital marketing.

STRUCTUBE



Source : Postes Canada

MERCI