

Avec la solution de marketing  
personnalisée du Lab 1:1 de Xerox,  
**STAPLES Business Depot**  
fait une offre que ses clients  
commerciaux ne peuvent refuser



*STAPLES Business Depot (BUREAU EN GROS)*

**BUREAU  
EN GROS**

rien de plus simple.<sup>MD</sup>

The Business Depot Ltd. a été fondée à Toronto en 1991. Il s'agit du plus important fournisseur canadien d'articles, d'équipement et de mobilier de bureau ainsi que de services commerciaux pour les petites entreprises et les travailleurs à la maison. Entreprise de vente au détail qui offre des bas prix quotidiens, cette chaîne exploite des magasins dans toutes les provinces du Canada sous les bannières STAPLES®, Business Depot<sup>MC</sup> et BUREAU EN GROS<sup>MC</sup>. STAPLES Business Depot (STAPLES) compte plus de 11 500 employés et tient à faciliter le magasinage de ses clients en offrant trois façons de faire des achats – en ligne (commerce électronique), par catalogue et dans ses 245 magasins grande surface.

# Le défi



Caroline Quinn, directrice,  
Marketing direct, STAPLES Business Depot

*Traditionnellement, les pièces de publipostage de STAPLES destinés à ses clients commerciaux incluaient un coupon unique, indépendamment de leur relation et de leur habitude d'achat. Le coupon était joint à une lettre type d'une page du vice-président des programmes de fidélisation de STAPLES.*

*STAPLES voulait relancer ses clients qui avaient effectué des achats minimaux ou qui n'avaient effectué aucun achat au cours des six derniers mois. L'entreprise voulait aussi augmenter le montant d'argent que chaque client dépense en moyenne par achat. Pour y arriver, STAPLES souhaitait faire de la vente croisée ainsi que de la vente de gamme supérieure et ce, selon l'historique d'achats du client.*

*Elle désirait aussi mettre à profit l'information qu'elle avait obtenue sur sa clientèle par l'intermédiaire de ses programmes de cartes de crédit Entreprise et de fidélisation Dividendes.*

*«Même si nous avons quadruplé nos efforts de marketing direct au cours de la dernière année, nous tentons toujours d'accroître notre part du marché,» a affirmé Caroline Quinn, directrice, Marketing direct, STAPLES Business Depot. «Nous espérons qu'en personnalisant le message et qu'en présentant la bonne offre au bon moment aux bonnes personnes, nous pourrions augmenter le taux de réponse.»*

Pièces de marketing du Lab 1:1: lettre et coupon (STAPLES Business Depot)



# Le *Lab 1:1* de Xerox – La démonstration de l'efficacité de la commercialisation hautement personnalisée en couleur

Avec l'objectif d'augmenter le montant d'argent que ses clients commerciaux dépensent dans ses magasins et de solliciter les clients qui n'avaient pas passé de commandes chez elle au cours des six derniers mois, STAPLES a été l'une des dix organisations à bénéficier des résultats exceptionnels générés par le Laboratoire de marketing personnalisé de Xerox Canada (Lab 1:1).

Véritable banc d'essai pour les clients de Xerox, le Lab 1:1 illustre le pouvoir et l'accessibilité du marketing personnalisé guidé par les données et accélère son adoption par le milieu de la commercialisation directe. Le Lab 1:1 de Xerox constitue un milieu d'apprentissage offert à dix entreprises sélectionnées afin

*«Dans le cadre de notre programme de marketing, nous voulions présenter la bonne offre au bon moment aux bonnes personnes.»*

— *Caroline Quinn, directrice, Marketing direct, STAPLES Business Depot.*

de leur permettre de tester les campagnes de marketing personnalisé et de comparer les résultats de ces dernières avec ceux des campagnes de publipostage classiques.

Le Lab 1:1 est équipé de matériel et de logiciels à la fine pointe de la technologie. Il comprend notamment la presse numérique haut rendement iGen3® de Xerox, une presse couleur offrant une vitesse de 110 impressions à la minute dont la qualité d'image est comparable à l'offset, ainsi que la solution de personnalisation Dialogue™ d'Exstream, une des solutions logicielles individualisées les plus robustes et les plus évoluées sur le marché aujourd'hui. Terminal Van Gogh Ltd (TVG) fournit des services de consultation stratégique, élabore les programmes des participants au Lab 1:1, adapte la création publicitaire au cadre variable et procède à l'exploration des données du client en vue d'évaluer les résultats.

# Communications 1:1 en Action

Indique le programme de fidélisation spécifique au client

Souligne les autres programmes de fidélisation offerts par STAPLES

Identifie le comportement d'achat actuel ou passé du client

**STAPLES**  
Business DEPOT  
that was easy™

12345

Now there's  
an easy button  
for your business.

easy

Dear Bob Pente,  
As an Enterprise cardholder, you know that your nearby STAPLES Business Depot means more than just great everyday low prices. You know that STAPLES Business Depot also offers you a world of convenience, including:

- a selection of over 7,500 office essentials, including quality Staples® brand products in our stores – every day – so you can be confident that you'll find what you need, when you need it
- bright, clean stores located in easy-to-access areas – staffed by knowledgeable, helpful associates
- a Copy & Share Center in most of our locations, open 24 hours or late at night, offering you a wide array of products and services – at prices that are hard to beat

As a special thank you, receive \$7 OFF – compliments of STAPLES!

It's loyal customers like you who have made us the world's largest office products supplier. To thank you for your patronage and show our appreciation, we'd like to extend this special offer. Simply bring in the attached coupon the next time you visit any Staples Business Depot store and receive an additional savings of \$7 OFF your purchase of a case of Staples® Business Depot™ high-grade (92 brightness quality) multi-purpose paper. Take advantage of this great offer and you'll enjoy a better quality of paper, for about the same price as you'd normally pay for 84 grade.

Thank you for your business in the past. You are a valued customer and we look forward to serving you again soon!

Sincerely,  
*S. Matyas*  
Steve Matyas, President

PS: To receive your \$7 OFF savings you must bring in the attached coupon to any Staples Business Depot store before September 30/05.

**\$7 OFF**  
When you purchase a carton of  
STAPLES® Business Depot™  
High-grade Multi purpose paper

1234567890123456

STAPLES  
that was easy™

Détaille l'offre au client, selon son historique d'achats

Suggère d'autres programmes de fidélisation de STAPLES qui pourraient être pertinents pour le client

Le texte fournit les détails à propos de l'offre de STAPLES



that was easy™

Ben Passmore  
123 Your Street  
Toronto, ON A1A 2B2



Now there's  
an easy button  
for your business.

Our gift to you: A FREE One-Touch™ Stapler

- Dear Ben Passmore,
- As a Dividend\$™ Program member, you know that your nearby STAPLES Business Depot means more than just great everyday low prices. You know that STAPLES Business Depot also offers you a world of convenience, including:
- a selection of over 7,500 office essentials, including quality Staples® brand products in our stores – every day – so you can be confident that you'll find what you need, when you need it
  - bright, clean stores located in easy-to-access areas – staffed by knowledgeable, helpful associates
  - a Copy & Print Centre in each of our locations, some open 24 hours or late at night, offering you a wide array of products and services – at prices that are hard to beat
  - flexible credit and financing solutions with Staples enterprise credit cards

As a special thank you, receive a FREE One-Touch™ Stapler – compliments of STAPLES!

It's loyal customers like you who have made us the world's largest office products supplier. To thank you for your patronage and show our appreciation, we'd like to extend this special offer: Simply bring in the attached coupon the next time you visit any Staples Business Depot store and receive a free One-Touch™ Stapler with the purchase of a ream of Staples® Business Depot™ high quality multi-purpose paper. This state-of-the-art error free stapler, the most technologically advanced model available, drives through up to 20 sheets with the touch of a finger!

Thank you for your ongoing business. You are a valued customer and we look forward to serving you again soon!

Sincerely,  
*Steve Matyas*  
Steve Matyas, President

PS: To receive your FREE One-Touch Stapler you must bring in the attached coupon to any Staples Business Depot store before September 30/05.

**FREE**  
One-Touch™ Stapler



Drives through up to 20 sheets with staple-gun power.  
With your next purchase of STAPLES® Business Depot™ multiuse paper.

STAPLER EN Gros  
multiuse  
usages multiples



1234567890123456

STAPLES Business Depot™ is a registered trademark of STAPLES Company, Inc. © 2005. All rights reserved. This offer is available only to members of the Dividend\$™ Program. Full details are available at Staples.com. Offer ends 9/30/05. No other restrictions or limitations apply. Offer good only at participating Business Depot stores. No cash back. No cash value. Coupon must be presented at time of purchase. Coupon code is valid only in-store. Taxes not included in out-of-store purchases. Offer expires September 30, 2005.



Le coupon varie selon le texte de la lettre



Le code barres correspond à l'offre proposée



## *L'impact de la personnalisation de l'offre : les données à l'œuvre*

Sous l'ombrelle du Lab 1:1, TVG a effectué la conception de la pièce de marketing en s'assurant que l'aspect général soit aussi près que possible des publipostages habituels de STAPLES et ce, afin d'éviter de fausser les résultats lors de la comparaison avec la pièce de contrôle.

À l'aide des données existantes sur les clients de STAPLES, une série de pièces variables de marketing personnalisées, d'une page de 8,5 x 11 po, a été créée.

Si le client était membre de l'un des programmes de fidélisation Dividendes ou Entreprise, non seulement son adhésion était mentionnée tout au long du texte de la pièce de marketing, mais il était aussi encouragé à profiter d'un autre programme.

Le contenu de la pièce de marketing direct personnalisée développée dans le cadre du Lab 1:1 variait selon l'historique d'achats du client et offrait des remerciements pour sa loyauté continue, récente ou passée.

Selon l'adhésion du client aux programmes de fidélisation et son comportement d'achat passé, un des trois coupons spéciaux était inclus dans le publipostage personnalisé :

- Recevez une réduction de 10 \$ sur tout achat de 40 \$ ou plus
- Recevez une réduction de 7 \$ à l'achat d'une boîte de papier STAPLES de première qualité pour usages multiples
- Recevez une agrafeuse One-Touch à l'achat d'une rame de papier STAPLES de première qualité pour usages multiples

«Le processus de conception s'est bien déroulé,» a affirmé M<sup>me</sup> Quinn. «Nous avons réussi à choisir des attributs convenant au message variable – l'emplacement du client, son secteur d'activité, son nombre d'employés et d'autres renseignements connexes.»

En août 2005, environ 37 000 publipostages personnalisés ont été envoyés aux clients de STAPLES.

Dans l'ensemble, le taux d'utilisation des coupons provenant des pièces de publipostage développées par le Lab 1:1 a été 50 pour cent supérieur par rapport au groupe de contrôle, et ce, sans suivi additionnel de la part de STAPLES.

Le montant moyen des achats des clients qui ont reçu les pièces provenant du Lab 1:1, a été 18 pour cent supérieur au montant des achats effectués par les clients ayant reçu un publipostage traditionnel. En outre, les frais de STAPLES attribuables au rachat de coupons ont diminué de 13 pour cent.

La campagne créée à partir du Lab 1:1 a généré une augmentation du profit par transaction client de 37 pour cent par rapport à la campagne traditionnelle.

Impressionnée par les excellents résultats commerciaux fournis par le Lab 1:1 de Xerox, STAPLES prévoit utiliser l'approche personnalisée du Lab 1:1 dans ses prochaines campagnes de marketing par publipostage.

# La Triple Alliance

La Triple Alliance permet aux clients de Xerox Canada spécialisés dans les communications graphiques, de même qu'à leurs clients des secteurs de la commercialisation et de la publicité, de mettre en œuvre des campagnes de marketing relationnel de façon continue.

Très peu de spécialistes du marketing en entreprise disposent de l'infrastructure, de l'expérience ou des effectifs nécessaires pour mettre en œuvre des programmes de marketing

direct hautement personnalisé, même s'ils sont conscients des avantages de ces programmes.

La triade formée par Xerox, Terminal Van Gogh Ltd. et la solution Dialogue™ d'Exstream Software permet de mettre en commun le matériel, les logiciels et les compétences dont les imprimeurs commerciaux et leurs clients ont besoin sans que ces derniers aient à investir immédiatement dans cette infrastructure.

En acquérant une précieuse expérience et connaissance des campagnes de marketing personnalisé tout en faisant croître leur entreprise, les imprimeurs pourront continuer de travailler avec l'Alliance ou effectuer les investissements qui leur permettront de fonctionner de façon autonome.

La Triple Alliance offre des services souples et adaptés aux compétences et à l'infrastructure de chaque client.

## Comparaison des coûts de production du projet STAPLES

Pièce originale de contrôle	Coût par pièce *	Pièce conçue dans le cadre du Lab 1:1	Coût par pièce *
*Impression et finition (offset) – Document d'une page de format lettre (8,5 X 11 po) -traitement 4/0 Plié-perf.	0,10 \$	Préparation, traitement et configuration des données – traitement des fichiers prêts à imprimer avec données variables (VPS) **	0,21 \$
Gestion de projet, exécution, insertion et préparation publipostage	0,06 \$	*Impression numérique – Document d'une page de format lettre (8,5 X 11 po) comportant un coupon - données entièrement variables	0,30 \$
Enveloppes porteuses imprimées 2/0. no de réf. 10. fenêtre	0,05 \$	Gestion de projet, exécution, insertion	0,06 \$
Affranchissement médiaposte	0,37 \$	Enveloppes porteuses imprimées 2/0. no de réf. 10. fenêtre	0,05 \$
Production TOTALE ou réimpression future	0,58 \$	Affranchissement médiaposte	0,37 \$
		Production TOTALE ou réimpression future	0,99 \$

\* Coût par pièce évalué d'après un volume de 30 000 copies.

\*\* Ce calcul des coûts n'inclut pas ou ne tient pas compte des modifications du contenu créatif, du texte ou de tout autre changement important apporté au programme tel qu'il a été créé dans le cadre du Lab 1:1. Toute modification apportée au programme entraîne des coûts additionnels.

## Coût unique – Lab 1:1 (TVG)

### Conception et programmation (coût unique) Terminal Van Gogh (TVG) partenaire de Xerox

Direction artistique, remaniement et adaptation du contenu créatif existant	3 750 \$
Gestion et administration	3 750 \$
Programmation originale des codes	3 750 \$
Conception du document avec données variables à l'aide du logiciel Exstream	8 250 \$
Coût TOTAL de conception et de configuration	19 500 \$

## Résultats du Lab 1:1 par rapport à la campagne traditionnelle de STAPLES

Coût d'acquisition du coupon *	Coût d'acquisition du client **	Dépenses du client	Ventes	Profit***
- 13%	+ 2 %	+ 18 %	+ 23 %	+ 37 %

\* Coût moyen/ coupon utilisé

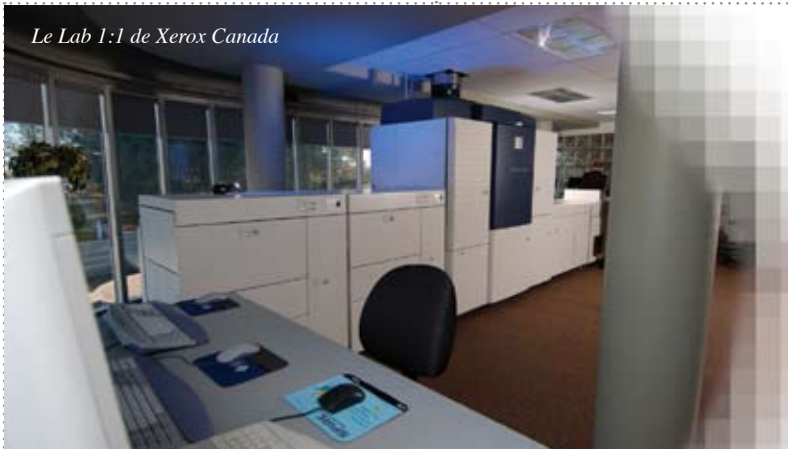
\*\* Y compris le coût d'acquisition du client, la production de l'impression et la valeur de l'offre (coût du coupon)

\*\*\* D'après la valeur du coupon, le coût d'impression, le coût de l'article (acheté par le client)

### Les solutions Xerox vous assurent des résultats tangibles

En notre qualité de chef de file mondial dans la technologie de l'impression numérique couleur et de l'information variable, nous aidons nos clients à tirer parti des avantages du marketing personnalisé au moyen du Lab 1:1 de Xerox.

Pour plus d'information ou pour fixer un rendez-vous avec un représentant de Xerox Canada, veuillez composer le **1-800-275-XEROX** ou visiter notre site web **[www.xerox.com/lab1to1](http://www.xerox.com/lab1to1)** aujourd'hui même.



# Avantages pour le client

STAPLES a constaté des bénéfices significatifs lors de sa participation au Lab 1:1 de Xerox:

- Le taux d'utilisation global des coupons a **augmenté de 50 pour cent**
- Le montant moyen des **achats effectués par les clients a augmenté de 18 pour cent** comparativement au groupe de contrôle
- Le coût par utilisation de coupon est **13 pour cent inférieur** pour STAPLES
- Le **profit brut** de STAPLES par transaction a **augmenté de 37 pour cent**