



**Objetivo:** A L'Oréal Canadá, empresa subsidiária do grupo L'Oreal Paris. É líder de cosmética e produtos de cuidado pessoal. Tinha como objetivo divulgar o lançamento de um novo produto destinado à coloração de cabelo desenvolvido para mulheres com idades compreendidas entre 25 e 44 anos.

**Target:** Público jovem feminino e dinâmico que pretendem cuidar do seu cabelo em pouco tempo e sem esforço.

**Estratégia:** A marca decidiu combinar o poder do Direct Mail com imagens e desenhos com o objetivo de captar a atenção dos clientes.

A marca utilizou mailing lists segmentadas de acordo com a marca preferida de coloração de cabelo dos clientes, tendo posteriormente enviado diferentes cupões para cada segmento.

**Resultados:** A campanha em questão gerou uma taxa de resposta de 13%, tendo sido 300% superior a outras campanhas de Direct Mail anteriormente realizadas.

L'ORÉAL  
PARIS

