

# Reader's digest

**Objetivo:** A Reader's Digest é uma editora proeminente e comercializadora direta de revistas, livros e música. Neste caso específico, pretendia-se avaliar qual seria o impacto de uma abordagem de cross-selling com base em 3 packs com diferentes níveis de personalização, no comportamento do consumidor.

**Estratégia:** A solução passou pelo envio de três packs a três diferentes grupos:

- O primeiro grupo recebeu um pack constituído por um catálogo;
- O segundo grupo recebeu um pack altamente customizado que incluía o acesso a um jogo de caça ao tesouro e a um concurso.
- O terceiro grupo teve acesso a um pack simplificado com acesso a um concurso.

**Resultados:** O desafio foi alcançado.

- O mailing enviado gerou um aumento de vendas na ordem dos 49% através do catálogo customizado (primeiro grupo).
- O pack simplificado (terceiro grupo) permitiu um aumento de 16% nas vendas.
- O pack altamente customizado permitiu um aumento de 74% das vendas (segundo grupo).

# Reader's digest



Pack personalizado

Catálogo

