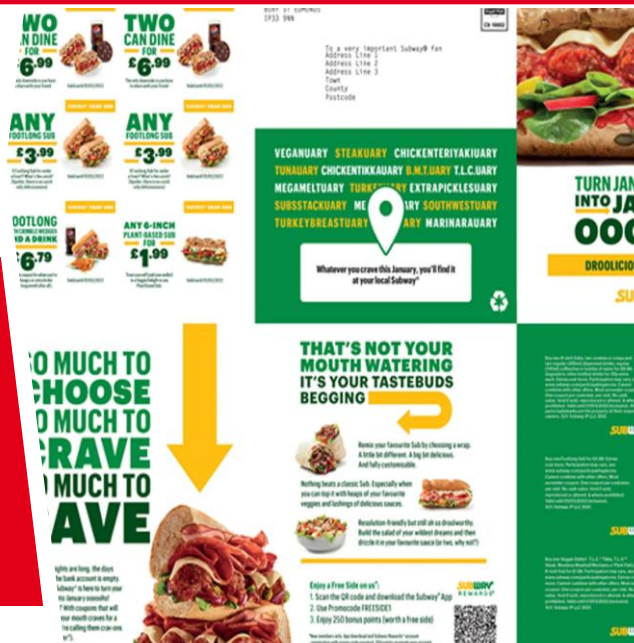


# Subway

"Subway's Cutting-Edge Mailing"  
Campanha de Direct Mail | Reino Unido

## O Desafio

Após a pandemia, a Subway enfrentava uma erosão de margens pela migração para entregas por terceiros. Era essencial incentivar as pessoas a voltarem às lojas, com uma campanha localizada que aumentasse a afluência presencial e os downloads da app.



## A Solução



### Mailing parcialmente endereçado a residentes num raio de 10 minutos a pé

O mailing foi enviado a pessoas que viviam num raio de 10 minutos a pé de cada loja Subway, com conteúdo adaptado ao ponto de venda local. Esta geolocalização garantia que cada peça era relevante para o destinatário e acionável imediatamente.



### QR Code que oferecia um Free Side ao descarregar a aplicação

A chave do sucesso foi a inclusão de um QR Code que recompensava o destinatário com um Free Side (acompanhamento gratuito) ao descarregar a aplicação Subway. Esta mecânica convertia a peça física num driver de instalação digital mensurável.



### Combinação correio + app: canal físico rastreável em grande escala

A integração de dados online com o correio tornou o Direct Mail mensurável. Após o sucesso do teste, a iniciativa foi escalada para um lançamento nacional, com impacto em 6,5 milhões de caixas de correio por envio e um plano de repetição bianual.

## Os Resultados



**+3x**

vendas por vouchers triplicaram



**+200%**

registos semanais na app (vs. só digital)



**6,5M**

caixas de correio no lançamento nacional