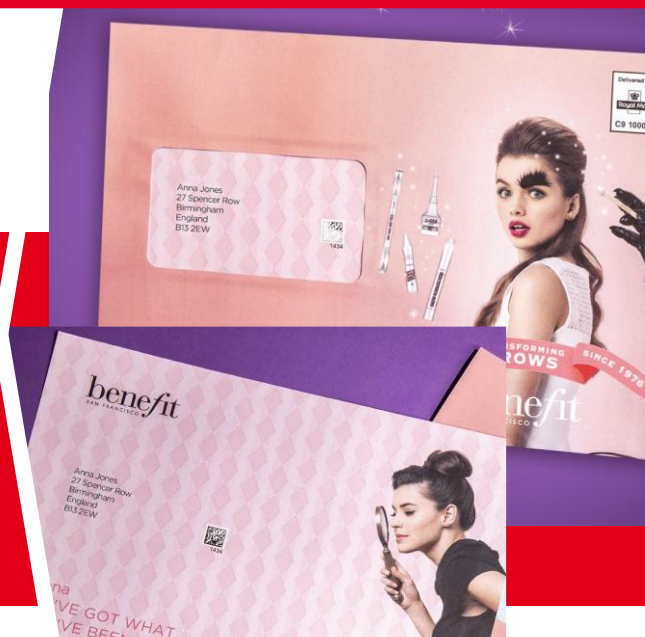


Benefit Cosmetics

"Driving Beauty Engagement with Direct Mail"
Campanha de Direct Mail | Reino Unido

O Desafio

A Benefit, marca líder mundial de produtos para sobrancelhas (LVMH), detetou um elevado volume de visitantes que navegavam nos seus produtos online mas não concluíram a compra. O desafio: converter esses navegadores em compradores, com uma abordagem personalizada e mensurável.



A Solução



Direct Mail programático ativado por comportamento online

A campanha foi ativada automaticamente quando um visitante navegava na secção de produtos para sobrancelhas sem comprar. A plataforma Paperplanes despoletava o envio de uma carta personalizada de forma programática, sem intervenção manual — o correio físico como extensão do funil digital.



Carta A4 personalizada com o produto visualizado + entrega gratuita

Carta A4 frente-e-verso a cores, em envelope C5 personalizado, apresentando especificamente o produto de sobrancelhas que o visitante tinha visto. A oferta de entrega gratuita foi o incentivo principal para converter a intenção em compra. Design e envelope totalmente personalizados por destinatário.



Códigos de envio únicos por carta para tracking preciso

Cada carta tinha um código de envio único que permitia rastrear quais os destinatários que usaram a oferta de entrega gratuita. Os que receberam a carta mas não usaram o código também eram identificados como clientes que regressaram — garantindo uma medição completa do impacto real da campanha.

Os Resultados



+37%

nas vendas online
de produtos de sobrancelhas



+28%

nível de envolvimento
do cliente com a marca



+£40

ticket médio
por cliente

Ligue grátis 808 201 800

Dias úteis das 8h30 às 19h30

Ou contacte o seu gestor comercial

Conheça as nossas [Histórias de Impacto](#)

ctt