

Ryder & Dutton

"Multi-Branch Leaflet Distribution"

Campanha de Publicidade e Não Endereçada | Reino Unido



O Desafio

A Ryder & Dutton, agência imobiliária multi-premiada com 26 escritórios em West Yorkshire e Lancashire, já registava resultados consistentes com a distribuição de folhetos na sucursal de Huddersfield. O desafio passava por escalar esse desempenho a toda a rede, através de uma estratégia de distribuição recorrente, estruturada e mensurável.

A Solução



Expansão de 1 para 26 sucursais: 80-90k folhetos por mês com papel reciclado

Após o sucesso em Huddersfield (20-30k folhetos/mês), a direção da Ryder & Dutton solicitou a expansão para todas as 26 sucursais. Cada sucursal repetiria bi-mensalmente nas mesmas áreas geográficas, produzindo 80-90k folhetos por mês impressos em papel de captura de carbono — ambientalmente responsável.



Drip effect marketing: repetição sistemática para construir confiança de marca

A estratégia baseou-se no drip effect: repetir para a mesma audiência com frequência suficiente para construir notoriedade, confiança e engagement de marca. Quanto mais vezes alguém recebe o folheto, maior a probabilidade de resposta. Este princípio foi rigorosamente aplicado com distribuição bimensal em cada área.



Criativos sazonais e interação social: concurso de Páscoa com centenas de respostas

O design era adaptável a cada época. Um ponto forte: um concurso de coloração de ovos de Páscoa para crianças, com participação via redes sociais, gerou centenas de respostas e reforçou a marca nas comunidades locais. A Ryder & Dutton foi também um dos primeiros agentes a lançar avaliações online gratuitas via folheto.

Os Resultados



+Leads

fluxo contínuo de novas leads por agência



+80k

folhetos/mês distribuídos em zonas segmentadas



+40k

folhetos/mês adicionais para os negócios de leilões