

RAC

"Driving Higher ARPU Through Door Drops"
Campanha de Publicidade Não Endereçada | Reino Unido

O Desafio

A RAC, empresa britânica de assistência rodoviária e seguros automóvel, usava a Display Press como canal chave para aquisição de novos clientes. O problema: a receita média por cliente, dos clientes adquiridos era inferior à média do negócio.



A Solução



Modelo Whistl que cruza perfil do cliente com valor para a RAC

A Whistl desenvolveu um modelo de targeting específico para a RAC que combinava duas variáveis: o perfil sociodemográfico do cliente ideal (afluência, perfil de consumo) e o valor histórico que esse perfil representava para a RAC em termos de receita média.



Impacto comprovado com teste controlado

A campanha foi estruturada com células de teste e controlo rigorosas para medir o impacto isolado do folheto vs. a imprensa (display press). A distribuição foi realizada via Royal Mail, garantindo cobertura nacional e fiabilidade de entrega nos códigos postais selecionados pelo modelo Whistl.



Mais receita por cliente com Publicidade Não Endereçada

A Publicidade Não Endereçada atraiu clientes mais afluentes, com um custo por aquisição competitivo e maior valor médio por cliente — comprovando o canal físico como um motor eficaz de crescimento de receita.

Os Resultados



+30%

valor médio por cliente no folheto vs. Display Press



CPA similar

CPA ligeiramente superior no folheto



Aumento

de receita por cliente com a Publicidade Não Endereçada