

Entretenir sa relation client via un cycle de vie personnalisé

**Webinar
Janvier 2013**

Marie Bertucat

Account Sales Director at Emailvision

Qui sommes-nous ?



- L'éditeur de logiciels de marketing automation et analytics de nouvelle génération
- 3300 clients
- Filiales et distributeurs dans 22 pays
- + 600 employés
- Chiffre Affaires : plus de 101M\$ (2012)
- Le plus grand éditeur SaaS privé :

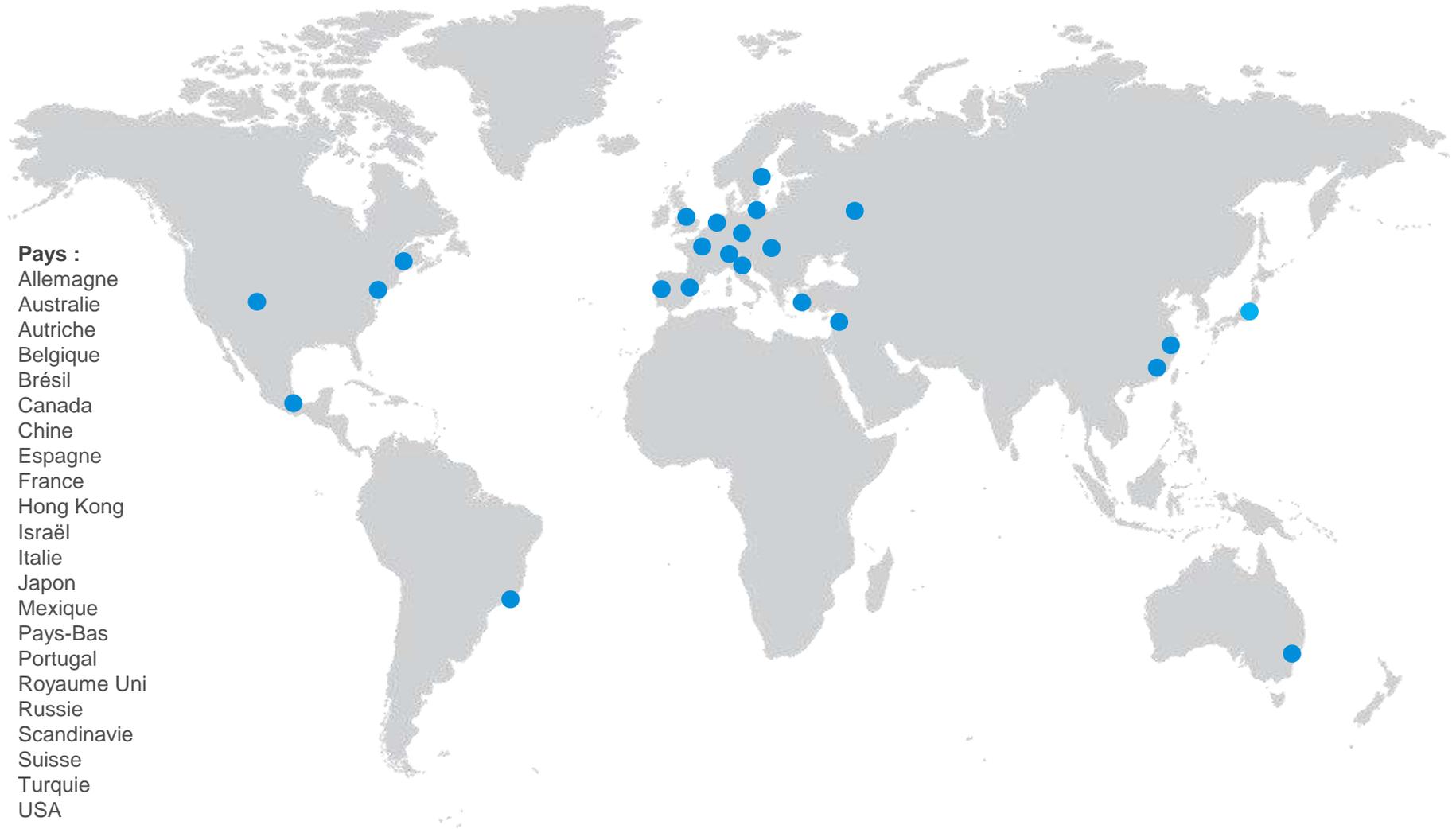


Le moteur des marques de renommée internationale



Leader International

Présence dans 22 pays



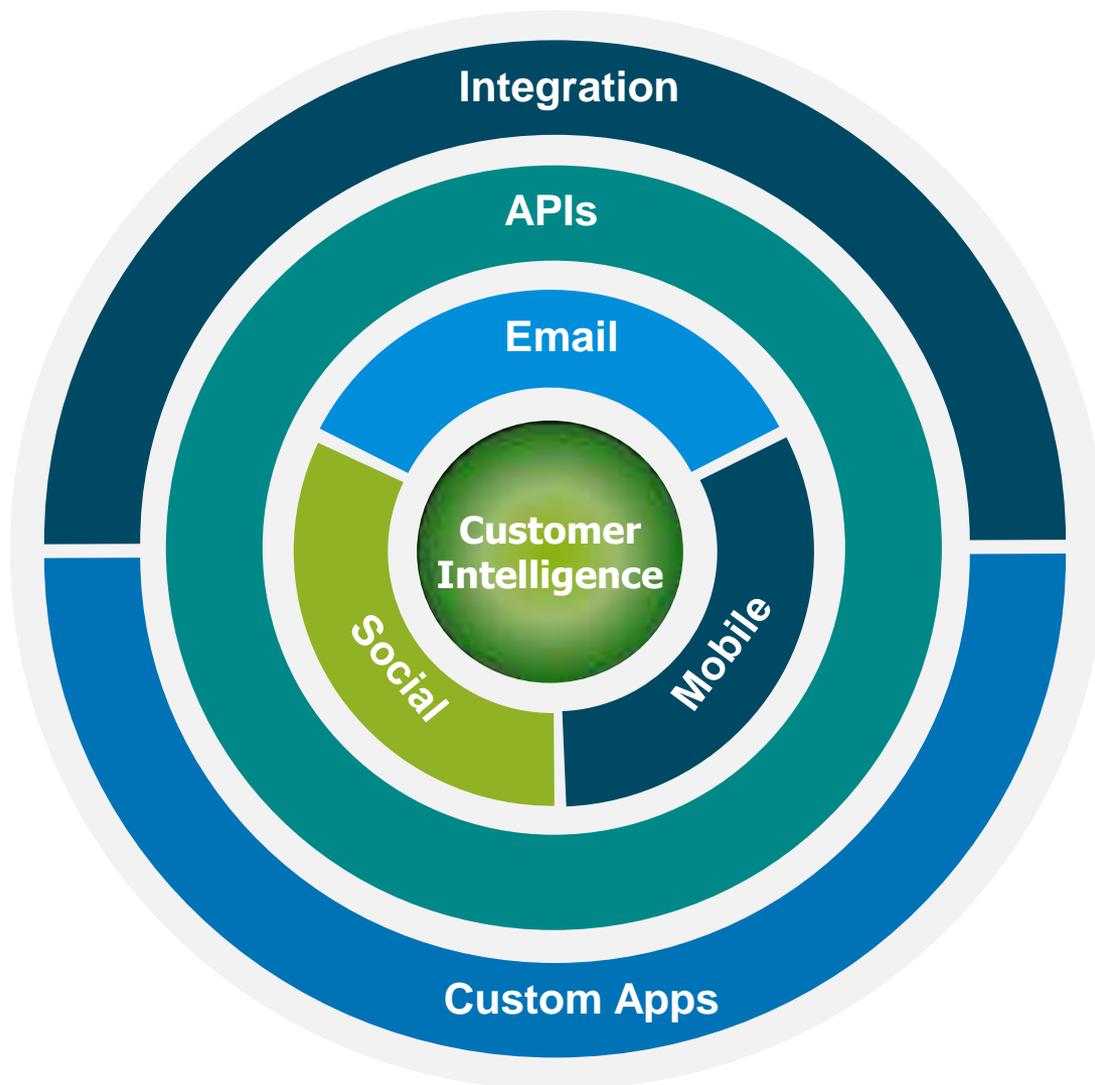
Pays :

- Allemagne
- Australie
- Autriche
- Belgique
- Brésil
- Canada
- Chine
- Espagne
- France
- Hong Kong
- Israël
- Italie
- Japon
- Mexique
- Pays-Bas
- Portugal
- Royaume Uni
- Russie
- Scandinavie
- Suisse
- Turquie
- USA



Objectif :

Mieux connaître les données clients pour augmenter les ventes et le ROI des investissements marketing

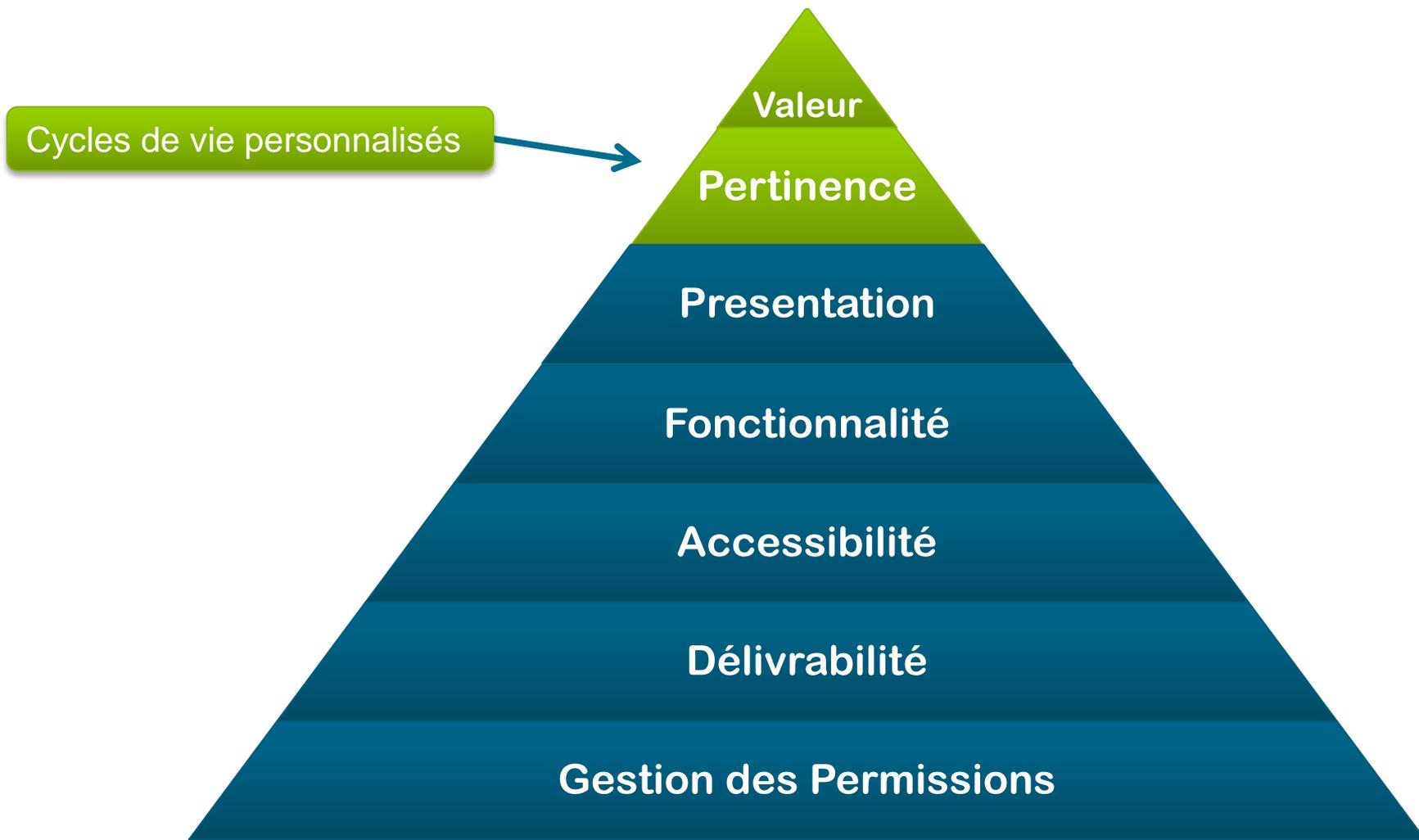


Entretenir sa relation client via un cycle de vie personnalisé



- Gestion des données clients
 - Online webform
 - Hygiène des données
 - Enrichissement des données
- Objectif n° 1 : la conversion
- Comment gérer les acheteurs?
- Comment gérer les non acheteurs?

Hiérarchie des besoins des emails marketeurs

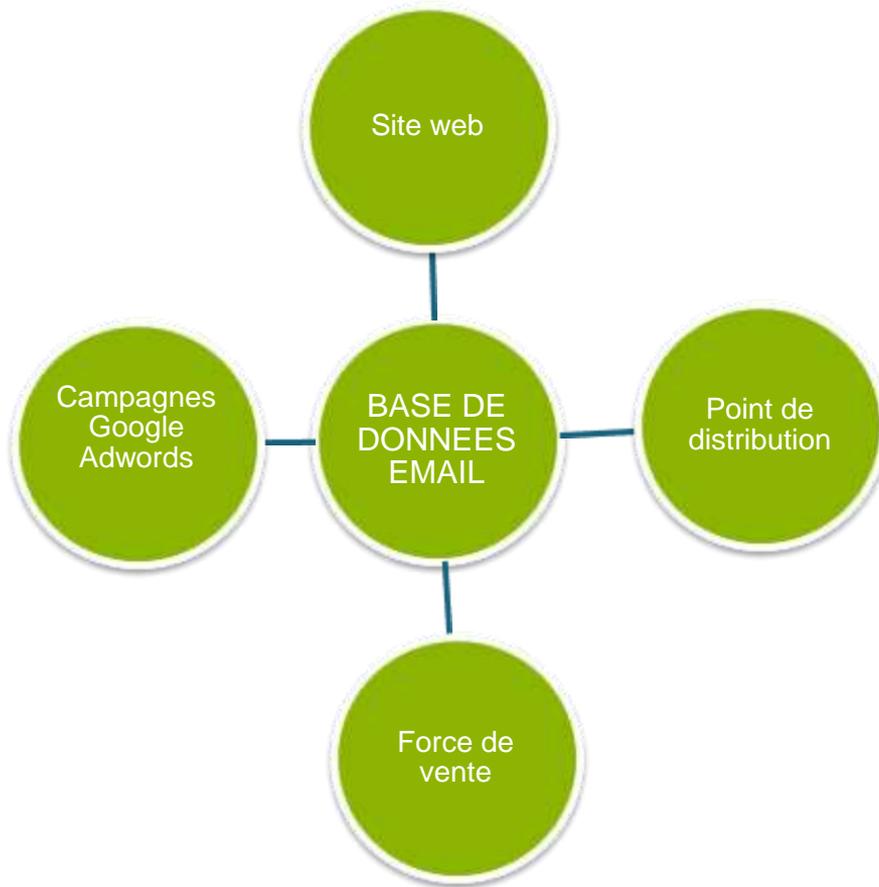


An aerial photograph of a large group of swimmers in a pool, viewed from above. The swimmers are densely packed and appear to be in motion, creating white splashes against the dark blue water. The overall scene is dynamic and energetic.

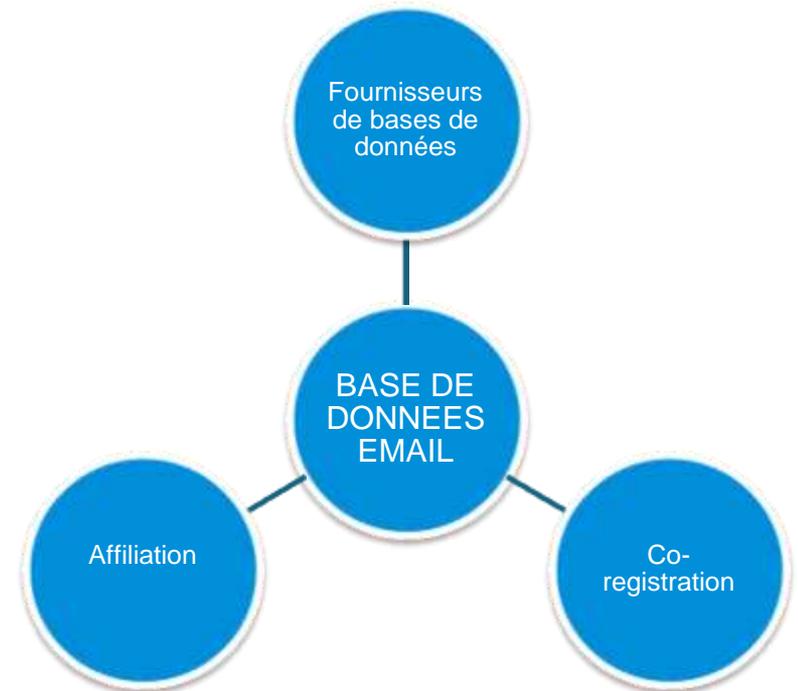
1. Gestion des données clients



Moyens internes



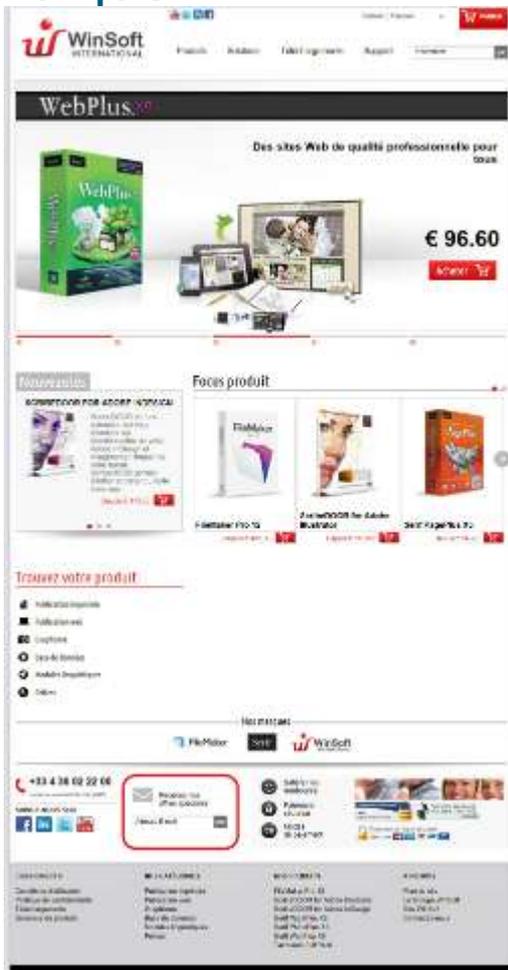
Moyens externes



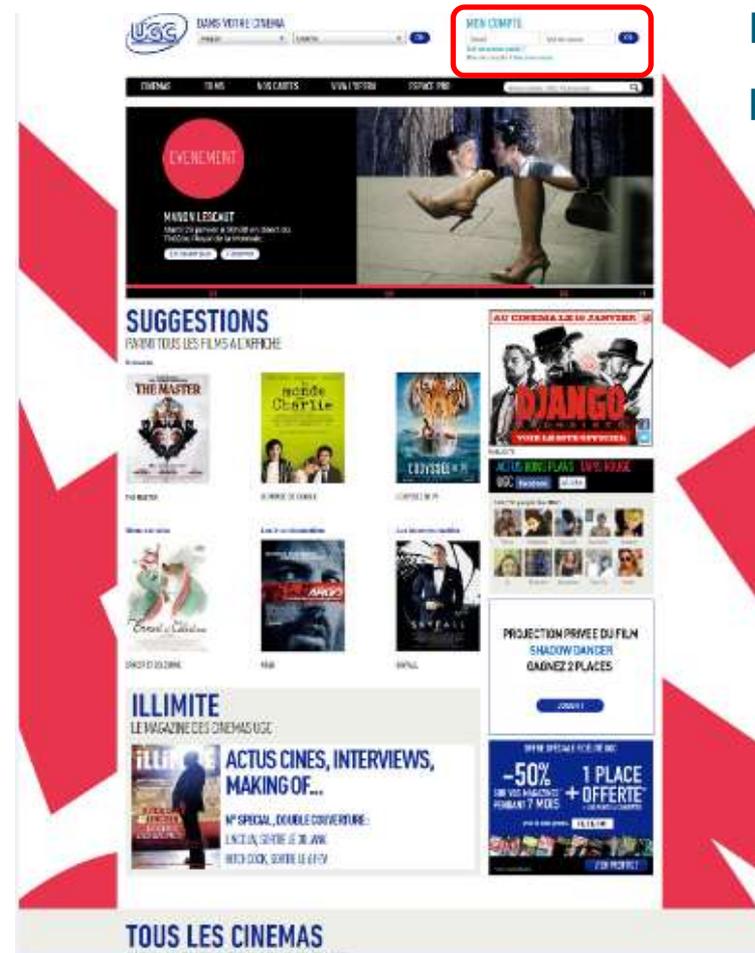
Online webform



- Veiller à ce que l'accès au formulaire d'inscription soit clairement indiqué



En bas de page



En haut de page

- Proposer l'inscription sur différentes pages du site

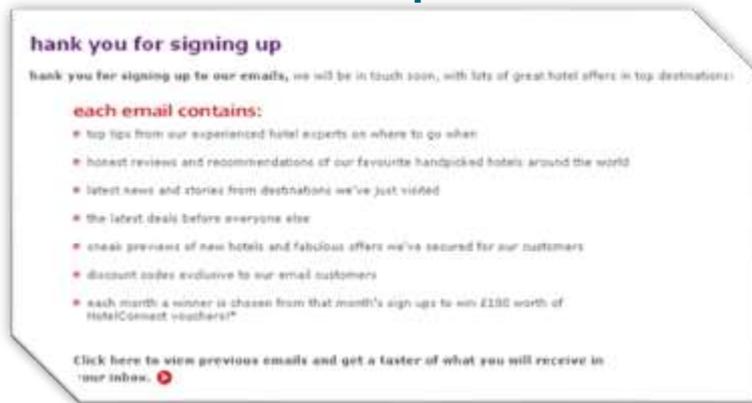
Online webform



- Expliquer la promesse en précisant le contenu des futures communications et leur rythme



1. Inscription



2. Confirmation d'inscription / description du type d'info & fréquence



3. Montrer des exemples de newsletters envoyées



- Ne pas hésiter à faire plusieurs types d'abonnement pour plusieurs newsletters (prévoir la procédure de désabonnement par type de newsletters par la suite)

NEWSLETTERS

Mes abonnements aux Newsletters

Bienvenue sur votre page sécurisée « Mes Abonnements ». Vous pouvez gérer ici vos abonnements : vous abonner ou désabonner aux newsletters de votre choix. Vous pouvez aussi changer l'adresse mail sur laquelle vous recevez vos newsletters.

Actualités :

 Tous les matins, recevez par mail un résumé de toute l'info à ne pas rater : Monde, France, Economie, People, insolite... [Aperçu](#) Inscription :

Sport :

 Newsletter Yahoo! Sport : factu sportive par mail chaque matin ! Restez connecté à toute actualité sportive du moment [Aperçu](#) Inscription :

Entertainment :

 Tous les mercredis : un cocktail explosif de divertissements. Sorties Ciné, nouveautés TV, jeux, humour, people : vous n'êtes pas prêts de vous ennuyer ! [Aperçu](#) Inscription :

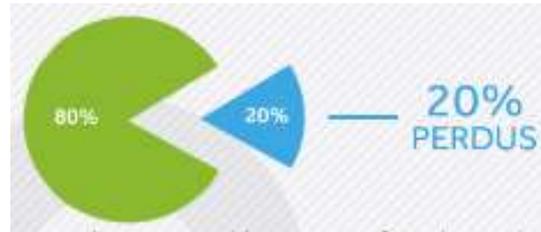
Kelkoo : le shopping sur :

 Bons plans shopping, idées cadeaux, produits insolites, meilleures ventes... Recevez chaque semaine toute actualité shopping [Aperçu](#) Inscription :

VALIDER



- Prioriser le **Single optin** (au double opt in)



Attention à la deliverabilité!

Online webform



- Envoyer un email de bienvenue en temps réel :
=> alimenter en temps réel la BDD @



L'atelier des Chefs
Vous allez aimer cuisiner

BIENVENUE À L'ATELIER DES CHEFS

Bonjour Prénom,

Nous sommes ravis de vous souhaiter la bienvenue dans l'univers de L'atelier des Chefs !

Suivez désormais l'actualité de L'atelier des Chefs en recevant nos idées recettes, offres exclusives, nouveautés et coups de cœur.

A bientôt sur notre site ou dans nos ateliers.

Découvrez L'atelier des Chefs



L'ATELIER DES CHEFS, C'EST :



DES COURS DE CUISINE EN ATELIER ACCESSIBLE À TOUS À PARTIR DE 15€.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco.

En savoir +



DES COURS LIVE EN LIGNE RÉGULIERS POUR CUISINER DE CHEZ VOUS.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco.

En savoir +



PLUS DE 10 000 RECETTES ET TECHNIQUES DE CHEFS SUR NOTRE SITE INTERNET.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco.

En savoir +



Alertes



Cours



Recettes



Bon cadeau



Cours live



Facebook

Message de Bounce Back

Vous êtes dans : Formulaire Web > Webform Preview

Intégration du formulaire web

Aperçu du formulaire web

Email

Soumettre le formulaire

Retour à l'archive des formulaires web

ou

Modifier le formulaire web



- Soyez créatifs!



- Demander l'autorisation via opt-in (pas de case pré-cochée)



Hygiène des données : procédure de désabonnement simple



la nuit, ne laissez pas le soleil se lever. C'est juste à l'horizon. Ils seront plus de 300 pros de la trépe et de l'accessoire millésimé, venus de toute l'Europe, à débiter des merveilles extirpées du passé. Escarpins, bijoux, vêtements griffés : il vous les faudra tous !

Marché de la Mode Vintage
Le 29 mai de 10h à 20h.
Le 30 mai de 10h à 18h.
Marché de Gros Cours Charlemagne, Lyon 2e
3€ l'entrée - Pour gagner votre place, envoyez vite un mail à bonuspasse@mylittleyon.com

Vente privée les petites...
Téléchargez votre invitation ici

Partagez l'idée du jour :

par mail | par facebook | par twitter

Nous contacter | Rejoindre la liste de diffusion | [ne pas retirer de votre liste de diffusion](#)

Nous avons bien pris en compte votre désinscription.
A bientôt,
L'équipe MyLittleLyon.

DÉSINSCRIPTION

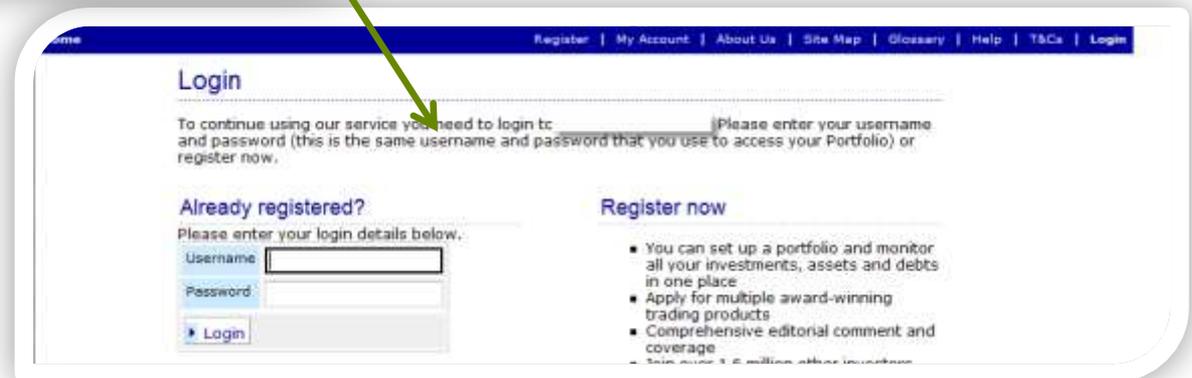
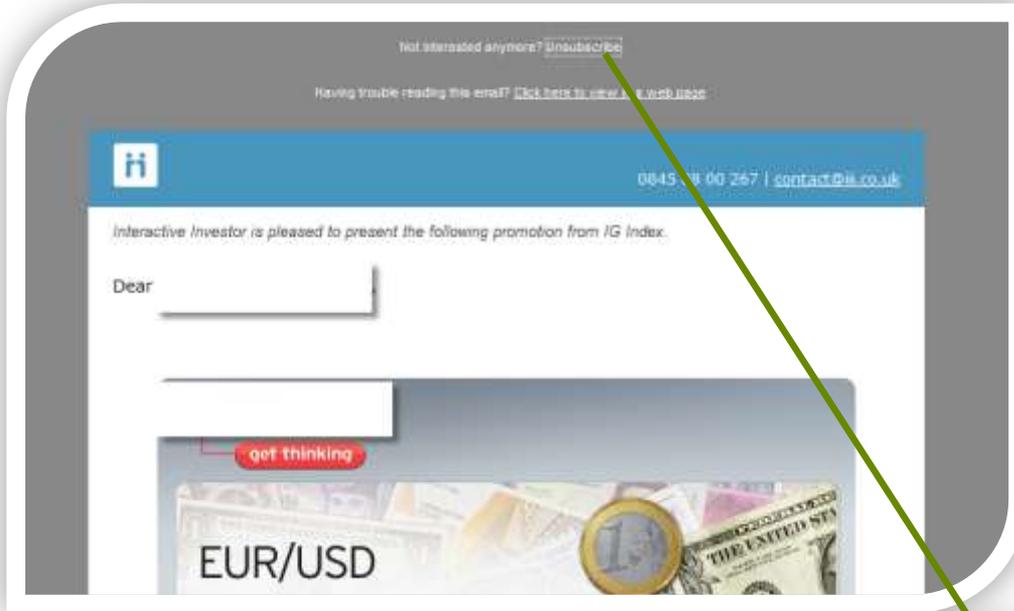
Entrez votre e-mail :

Valider

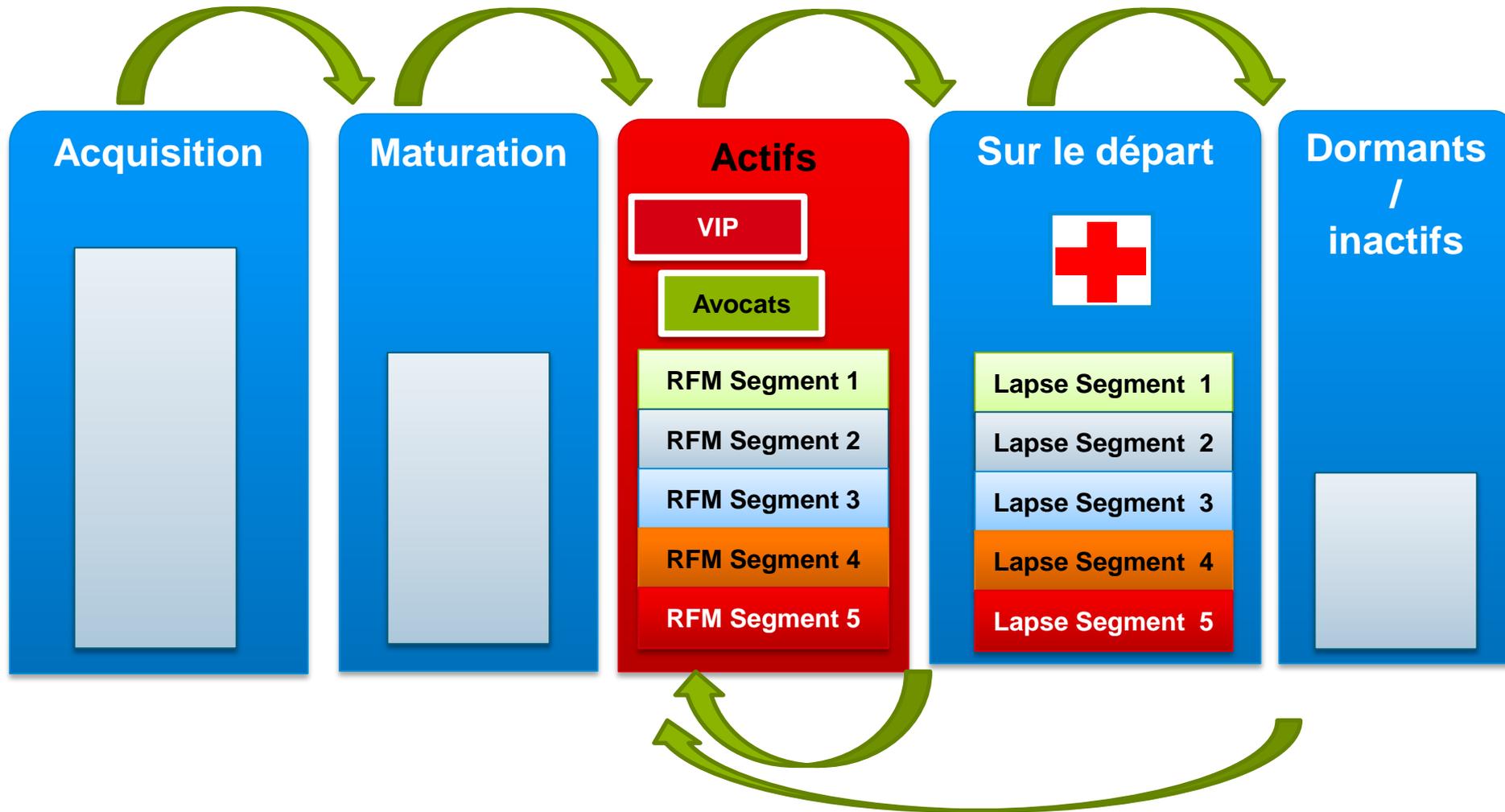
Vous avez été désinscrit de la newsletter MyLittleLyon.
Si vous n'êtes pas à l'origine de cette désinscription, veuillez-nous en excuser.
Cliquez sur le lien suivant pour vous inscrire à nouveau : <http://www.mylittleyon.com/inscription.html>



Hygiène des données : procédure de désabonnement simple



Hygiene des données : avantage aux actifs



Enrichissement des données : questionnaire avec dotation



Pour tenter de gagner des timbres-poste avec la photo de votre chien ou votre chat,

Remplir les champs suivants :

*Timbrez
votre animal !*

VOUS :

Civilité * :	<input type="text" value="M"/>	Adresse postale * :	<input type="text"/>
Prénom * :	<input type="text"/>	Complément d'adresse :	<input type="text"/>
Nom * :	<input type="text"/>	Code postal * :	<input type="text"/>
Adresse e-mail * :	<input type="text"/>	Ville * :	<input type="text"/>
Confirmation Adresse e-mail * :	<input type="text"/>	Téléphone (mobile) :	<input type="text"/>

VOTRE ANIMAL :

Nombre de chiens : Nombre de chats :

Où achetez-vous les aliments Royal Canin de votre animal ?

Magasins spécialisés
(Jardinerie, Animaleries,
Toiletteurs, etc.) :

Majoritairement Occasionnellement Rarement Jamais

Cliniques vétérinaires :

Majoritairement Occasionnellement Rarement Jamais

Sites Internet marchands :

Majoritairement Occasionnellement Rarement Jamais

Je n'achète pas d'aliments Royal Canin

* Champs obligatoires

J'ai bien pris connaissance du règlement *

Je souhaite recevoir les conseils et les offres

Conformément à la loi n°2004-801 du 6 août 2004 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des données personnelles vous concernant. Vous pouvez exercer votre droit d'accès aux informations et le cas échéant votre droit de rectification et votre droit de suppression des données en écrivant à : Royal Canin France SAS, Désabonnement - BP4 30470 AIMARGUES

Royal Canin s'engage à ne divulguer aucune information personnelle vous concernant à d'autres sociétés.

Enrichissement des données : module de création de landing page CCEM



Enrichissement BDD : utiliser le comportemental de l'email



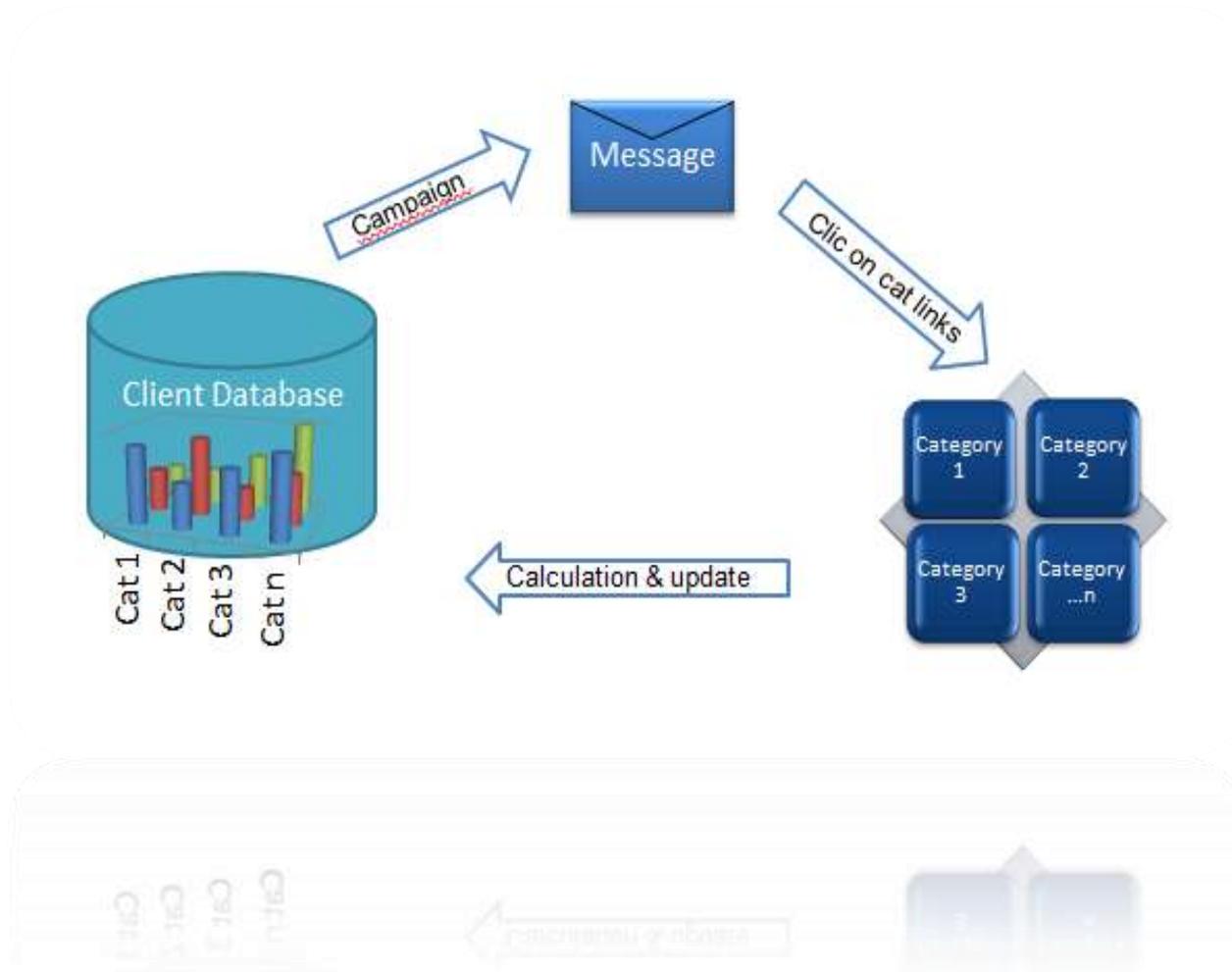
CATEGORY 1



CATEGORY 2



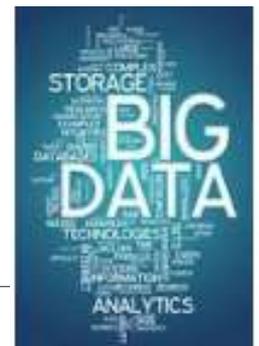
Enrichissement BDD : utiliser le comportement de l'email



Enrichissement BDD : collecter toutes les info clients disponibles



WARNING



An aerial photograph of a large group of swimmers in a pool, viewed from above. The swimmers are arranged in a grid-like pattern, moving across the dark blue water. They are wearing various colored swim caps and swimsuits. The water is splashing around them, creating white foam. The overall scene is dynamic and organized.

2. Objectif n° 1 : LA CONVERSION

Objectif n° 1 : la conversion



- Automatisation de campagnes personnalisées
- Tester-optimiser, tester-optimiser....
(objets, images, créations, jours d'envoi...)

Automatisation de campagnes

Gestion du cycle de vie



The screenshot displays the Campaign Commander interface. The top navigation bar includes 'Campaigns' and 'Trigger Campaigns'. The main content area shows a 'Trigger Campaign Preview' workflow diagram with 13 numbered steps. The steps are: 1. Welcome Email, 2. Personalized 1, 3. Follow Up 1, 4. Follow Up 1, 5. Personalized 2, 6. Follow Up 2, 7. Personalized 3, 8. Personalized 3, 9. Personalized 3, 10. Follow Up 2, 11. Follow Up 2, 12. Personalized Offer, 13. Personalized Offer. The diagram is a flowchart with arrows connecting the steps. The interface also shows a sidebar with various campaign management options like Segments, Assets, Lists, and Reports.

Campagnes à déclenchement automatique

- Développer des parcours clients interactifs et personnalisés en fonction de leurs comportements
- Automatiser les programmes de bienvenue
- Automatiser les programmes de fidélisation
- Automatiser les programmes de cross-sell et upsell
- Automatiser les campagnes email et mobile



Ça marche!

«

La gestion du cycle de vie et la mise en place de scénarios intelligents pour nos campagnes à déclenchement automatiques sont extrêmement rentables et ne nécessitent pas de production.

Nous constatons l'excellente performance des campagnes automatiques:

43% d'ouverture

14% de clic

32% de réactivité

»



Permet la personnalisation des communications

53% des sondés affirment ne prêter attention qu'à un e-mail dont l'offre est liée à leurs besoins et leurs intérêts directs

Le jour de l'anniversaire

*Joyeux anniversaire {Prénom},
une surprise vous attend !*

The screenshot shows an email interface for L'atelier des Chefs. At the top left is the brand logo. The main header reads 'L'atelier des Chefs Vous allez aimer cuisiner'. Below this is a red banner with a photo of a birthday cake and the text 'Joyeux anniversaire !'. The recipient's name 'DOMITILLE' is displayed. A message follows: 'Toute l'équipe de L'atelier des Chefs vous souhaite un joyeux anniversaire ! Pour fêter cette journée très spéciale, si vous vous laissez tenter par un cours de cuisine ?...'. Below the message are three recipe book covers: 'CHOCOLAT', 'APEROS & TA', and 'MACARONS'. A green bar highlights 'VOTRE CADEAU D'ANNIVERSAIRE' with the text: 'Nous vous offrons le livre thématique de votre choix* d'une valeur de 8 euros, en rentrant le code ANNIV au moment de votre réservation et sur présentation de cet email !'. A red button says 'J'en profite'. At the bottom, there are icons for Alerts, Cours, Recettes, Bon cadeau, Cours live, and Facebook.

Secrets d'experts

MIEUX COMPRENDRE ET PRENDRE SOIN DE VOTRE BOULEDOGUE



vous ne visualisez pas cet email, veuillez consulter la version [en ligne](#).



Le Bouledogue est unique, découvrez la vidéo pour connaître ses spécificités

[VOIR LA VIDEO](#)



Personnalisation : son animal



NUTRI NEWS

Les conseils des nutritionnistes

Son pelage est le reflet de son état de santé.

Pour de nombreuses races, beauté rime souvent avec qualité du pelage.

Composé à 95% de protéines, le poil se renouvelle en permanence. La croissance normale des poils et la kératinisation de la peau utilisent environ de 25% / 30% des besoins journaliers en protéines. Les protéines sont donc indispensables pour le renouvellement cutané.



Une déficience en protéines a comme résultat des poils cassants, dépigmentés, qui tombent facilement, qui se développent plus lentement, une peau plus fine, couverte de pellicules.

Signe d'une bonne santé générale, une peau saine est essentielle pour garantir un beau pelage, épais et brillant.

Une déficience en vitamines peut être la cause de séborrhée, de perte de poils et d'anorexie. La vitamine H ou biotine est essentielle pour l'intégrité de la peau. C'est une des vitamines les plus actives pour un pelage brillant et une peau saine.

[> Lire la suite](#)

VÉTO NEWS

Les conseils santé

L'obésité, un phénomène en

BIEN LE NOURRIR

Trouvez l'alimentation adaptée à votre Bouledogue

[Cliquez ici](#)



[Commandez en ligne](#)

FOCUS RACE

Un mini molosse qui a le vent en poupe

Probablement issu, comme tous les dogues, des molosses d'Épire et de l'empire romain, parent du Bulldog de Grande-Bretagne, des chiens du Moyen Âge, des dogues et des doguins... [> Lire la suite](#)

En savoir plus sur la race :

Du 1^{er} juin au 31 juillet 2012

10^{ème} "Nouvel iPad" d'Apple **A GAGNER**



JOUEZ

[VIVRE AVEC LUI](#)

Insertion de conseils appropriés

Quel aliment pour mon chien ?

Ce questionnaire d'aide au choix, vous permet de connaître l'aliment le mieux adapté à votre animal

1 Sélectionnez la race de votre chien

AIRDALE TERRIER

[Ce n'est pas un chien de race, ou un animal](#)

2 Quel est son âge ?

16 mois

Sélectionnez l'âge

4 mois

8 mois

14 mois

2 ans

6 ans

10 ans

3 Est-il stérilisé ?

Oui Non

4 Où souhaitez-vous acheter votre aliment ?

- En magasins spécialisés (animaleries, jardinerie, librairie-services agricoles, magasins de bricolage, toiletteurs)
- Chez mon vétérinaire

5 Besoins spécifiques

Sensibilité digestive

Tendance à l'embonpoint

Chien actif

Gestation / lactation

Peau irritée, démangeaisons

Aucun



Ça marche!

«

30% d'ouverture moyen
20% de réactivité moyen

»

Tester-Optimiser, Tester-Optimiser....

Tests à variables multiples (MVT)



Tests de Création et d'Offre

Les outils de tests MVT sophistiqués permettent de :

- déterminer la combinaison optimale en fonction du segment cible
- optimiser

Tester-Optimiser, Tester-Optimiser....

Tests à variables multiples (MVT)



Tester-Optimiser, Tester-Optimiser....

Tests à variables multiples (MVT)



Campaign name: Summer Sale - Private Invitation 1
Test element: Subject Key indicator: Click through Rate Send date & time: 11/05/2011 - 4:15

Original: <http://www.emv.com/image1.png> ClickThrough 53%

Variation C: Image 2.png Schedule rollout: 11/30/2011 11:32 ClickThrough 58%

Original values	Indicators	Variation values
(123,440) 11%	Selected	24% (544,440)
(11,440) 5%	Filtered	45% (455,143)
(102,450) 10%	Net Sent	10% (102,450)
(110,750) -95%	Delivered	14% (23,620)
(123,456) 41%	Total Opens	58% (324,452)
(100,120) 10%	Opens	13% (154,451)
(185,210) 10%	Total clickThroughs	10% (185,210)

More results

Back Continue

Tester-Optimiser, Tester-Optimiser....

Tests à variables multiples (MVT)



- Test sur le jour d'envoi : le **mardi** & **vendredi** sont les jours d'envoi
- Test sur l'objet

« *Pensez à changer l'alimentation de **Popi*** »

29 % de taux d'ouverture

Personnalisation sur le nom de l'animal

« *Votre chat grandit, adaptez son alimentation* »

27% de taux d'ouverture

Personnalisation sur l'âge de l'animal

An aerial photograph of a large group of swimmers in a pool, viewed from above. The swimmers are arranged in a grid-like pattern, moving across the dark blue water. They are wearing various colored swim caps and swimsuits. The water is splashing around them, creating white foam. The overall scene is dynamic and organized.

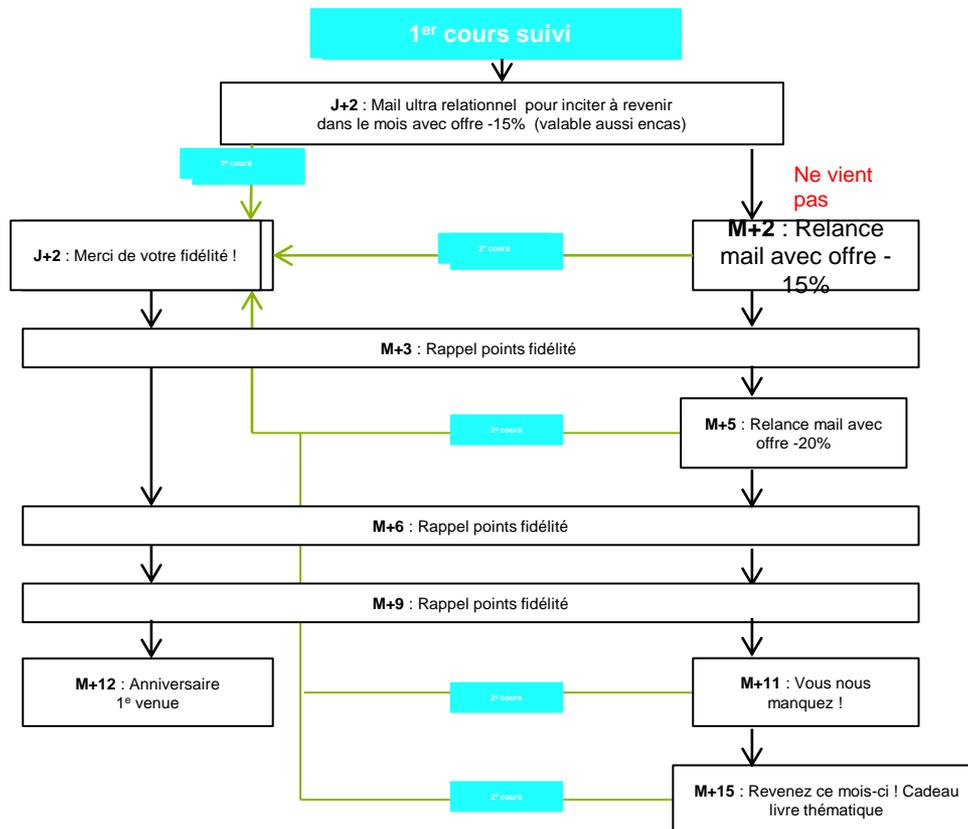
3. Comment gérer les acheteurs?

Comment gérer les acheteurs?



- Fidélisation : Cross Sell / Up sell
- Traiter les VIP pour aider à la conversion de prospects

Programme clients



Cycle de vie automatisé et personnalisé

Programme clients upsell & cross sell



PHOTOCITE.fr La marque photo de France Loisirs

Donnez vie à vos photos !

Bonjour **Orabelle**,

Vous avez raté les dernières promos de **PhotoCite** ?
C'est le moment de vous rattraper ! Sélectionnez vos plus belles photos et imprimez-les dans un beau livre photo ou commandez vos tirages et votre calendrier photo de septembre dans votre panier !

Bonne rentrée en photo !

COUP DE POUCE POUR LA RENTRÉE

TIRAGES
150 PHOTOS 11 X 15 CM
Jusqu'au 23 septembre inclus
-25%*

JE COMMANDE

LIVRES PHOTO A4 BD PAYSAGE
PROLONGATION **-30%***

CALENDRIERS SPÉCIAL RENTRÉE
-5€*

VOIR LES LIVRES PHOTO **VOIR LES CALENDRIERS**

PHOTOCITE.fr La marque photo de France Loisirs

Donnez vie à vos photos !

Bonjour **Orabelle**,

Profitez de vos premiers week-end d'automne pour tirer le meilleur de vos photos. Avec les grands formats, vous allez faire bonne impression ! Vous pouvez même créer des photos pour composer facilement une déco de vive à votre usage.

Très bonnes photos avec **PhotoCite** !

Plus que 4 jours !

MES BONNES RÉOLUTIONS...

1- Mettre au mur mes derniers plus beaux clichés

10€ de remise (hors taxes et port)

PHOTO SUR TOILE POSTER A4U POSTER PLEXI

VOIR TOUTS LES MODÈLES

2- Avoir un œil sur la date et mes photos

3- Choisir la plus belle photo pour ma nouvelle coque

NOUVEAUX CALENDRIERS BRILLANTS

VOIR LES CALENDRIERS **VOIR TOUTS LES DESIGNS**

18 différentes règles de trigger basées sur le dernier acte d'achat

Programme clients Remercier fidélité

PHOTOCITE.fr
La marque photo de France Loisirs



Aujourd'hui Photocité vous propose :

40%* de remise sur tous les livres photo sur papier brillant...

Pensez à ajouter l'adresse news@info.photocite.fr à votre carnet d'adresses.

Si vous ne visualisez pas correctement ce message, vous pouvez consulter [la version en ligne](#).

PHOTOCITE.fr

La marque photo de France Loisirs

VENTE PRIVÉE

Bonjour,

Pour vous remercier de votre fidélité à notre marque, nous vous réservons ce mois-ci une rentrée pleine d'éclat : **-40% sur toute la gamme des livres photo sur papier brillant !**

Avec ses 8 modèles sur papier brillant, votre livre photo vous fera encore plus profiter des belles lumières que vous aurez captées avec votre appareil photo. Pour que vous soyez encore plus fiers de vos photos !

Très bonnes photos sur photocité !

OFFRE PRIVILÈGE
rien que pour vous !

-40% SUR LES LIVRES PHOTO SUR PAPIER BRILLANT
jusqu'au 16 septembre 2012 minuit

Avec le code promo :
VPBRILLANT

J'EN PROFITE !

Exemple de présentation

**Objet : Merci pour
votre marque de
fidélité.**

PHOTOCITE.fr

a choisi la qualité



**Mon
LIVRE PHOTO CEWE**
Vos photos méritent de figurer dans un vrai livre!

Le livre photo préféré
des consommateurs
en Europe

Programme clients Remercier fidélité



Aujourd'hui Photocité vous propose :

10€* de remise sur votre prochaine commande

Pensez à ajouter l'adresse news@info.photocite.fr à votre carnet d'adresses.

Si vous ne visualisez pas correctement ce message, vous pouvez consulter [la version en ligne](#).

PHOTOCITE.fr

La marque photo de France Loisirs

Fêtons ensemble une année photo de plus !

Bonjour ,

Toute l'équipe est ravie de fêter de fidélité chez Photocité.

A cette occasion, nous sommes très heureux de vous offrir **10 € de remise sur votre prochaine commande** à partir de 30 € d'achat.

A bientôt sur photocité.

AN DÉJÀ

ÇA SE FÊTE !

PHOTOCITE.fr

VOUS OFFRE

10€* de
remise

sur votre prochaine
commande,
à partir de 30€ d'achat*.

J'EN PROFITE ▶

* Voir conditions d'obtention des offres

Pour nous écrire, rendez-vous sur [cette page](#)

Pour ne plus recevoir ce type de communication, vous pouvez modifier [vos préférences d'abonnement](#)

Dans tous les cas merci de ne pas utiliser la fonction "répondre" de votre messagerie, ce message étant envoyé automatiquement.

FRANCE LOISIRS SAS au capital de 6 186 400 €. Siège social : 123 bd de Grenelle 75015 PARIS N° 702 019 902 RCS PARIS.

Campagne automatique Anniversaire

Identifier et communiquer aux clients VIP



**Retour expérience achat clients
: meilleur argument pour
conversion de prospects**

An aerial photograph of a large group of swimmers in a pool, viewed from above. The swimmers are densely packed and appear to be in motion, creating white splashes in the dark blue water. They are wearing various colored swim caps and swimsuits. The overall scene is dynamic and captures a moment of intense activity.

4. Comment gérer les non acheteurs?

Comment gérer les non-acheteurs?



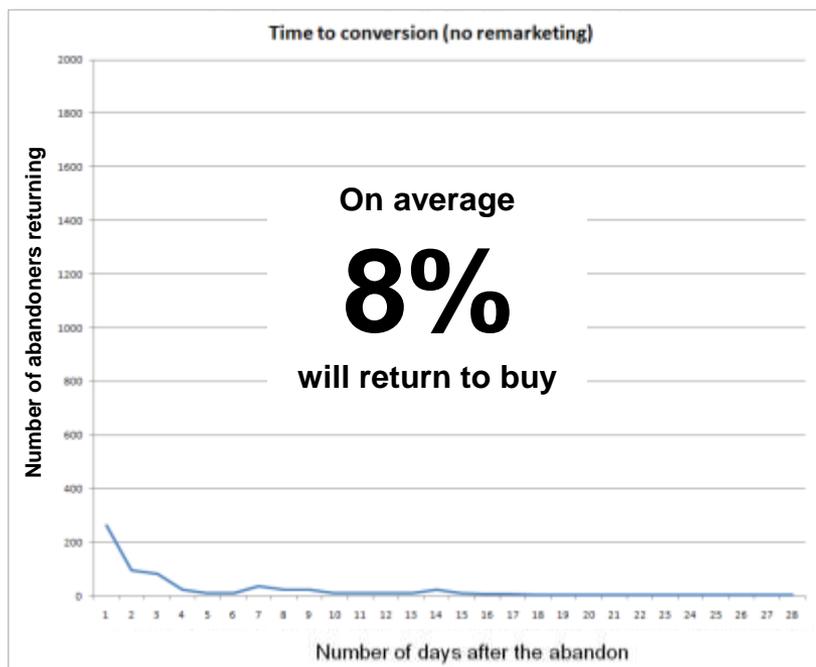
- Relance paniers abandonnés
- Identifier les inactifs (d'où viennent-ils? profil....)
- Mails de réactivation
- Mail de la dernière chance

maximise ROI

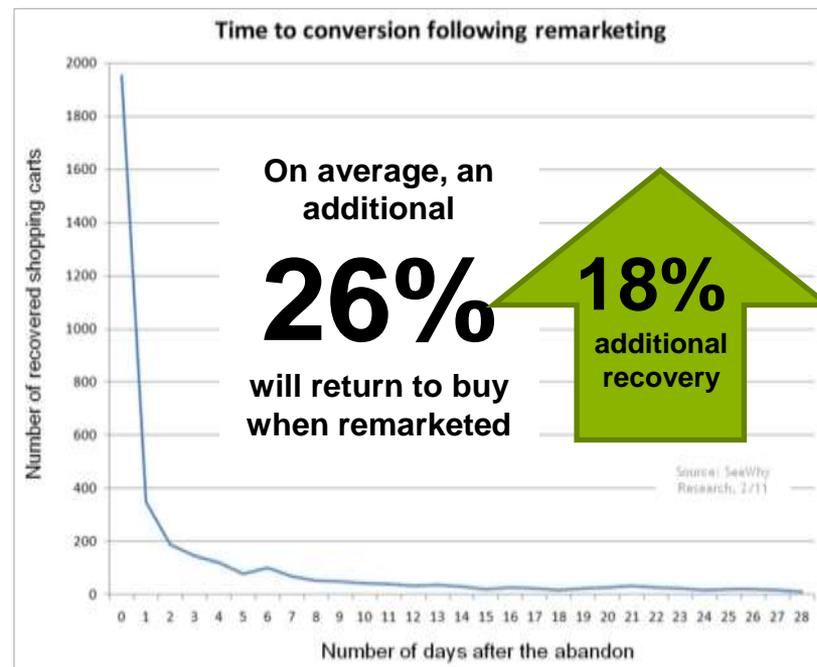
Relance paniers abandonnés



Sans relance



Avec relance



Relance du panier abandonné efficace dans les **12 heures** après l'**abandon** du panier

Relance paniers abandonnés



- **1ere relance : 2h après l'abandon**

A QUI? Prospects n'ayant pas validé leur panier

QUOI? Demande raison d'abandon / satisfaction

- **2eme relance : 2-3 J après l'abandon**

A QUI? acheteurs n'ayant pas validé leur panier & n'ayant pas acheté depuis 2-3J

QUOI? Visuel des produits abandonnés + visuel de produits complémentaires



« x% de réduction sur votre prochaine commande pour la validation de ce panier »

« Ajoutez 1 produit à votre commande sans frais de port supplémentaires »

Relance paniers abandonnés



Pensez à ajouter l'adresse news@info.photocite.fr à votre carnet d'adresses.
Si vous ne visualisez pas correctement ce message, vous pouvez [consulter la version en ligne](#).

PHOTOCITE.fr
La marque photo de France Loisirs

Finalisez votre commande...Il est encore temps !

Votre panier vous attend !

Bonjour,

Vous avez récemment rencontré des difficultés de paiement sur notre site et votre commande n'a malheureusement pu être validée.

Sachez que vos produits ont été sauvegardés et que vous avez encore **jours pour les modifier ou les valider**.

Plusieurs modes de paiement s'offrent à vous :

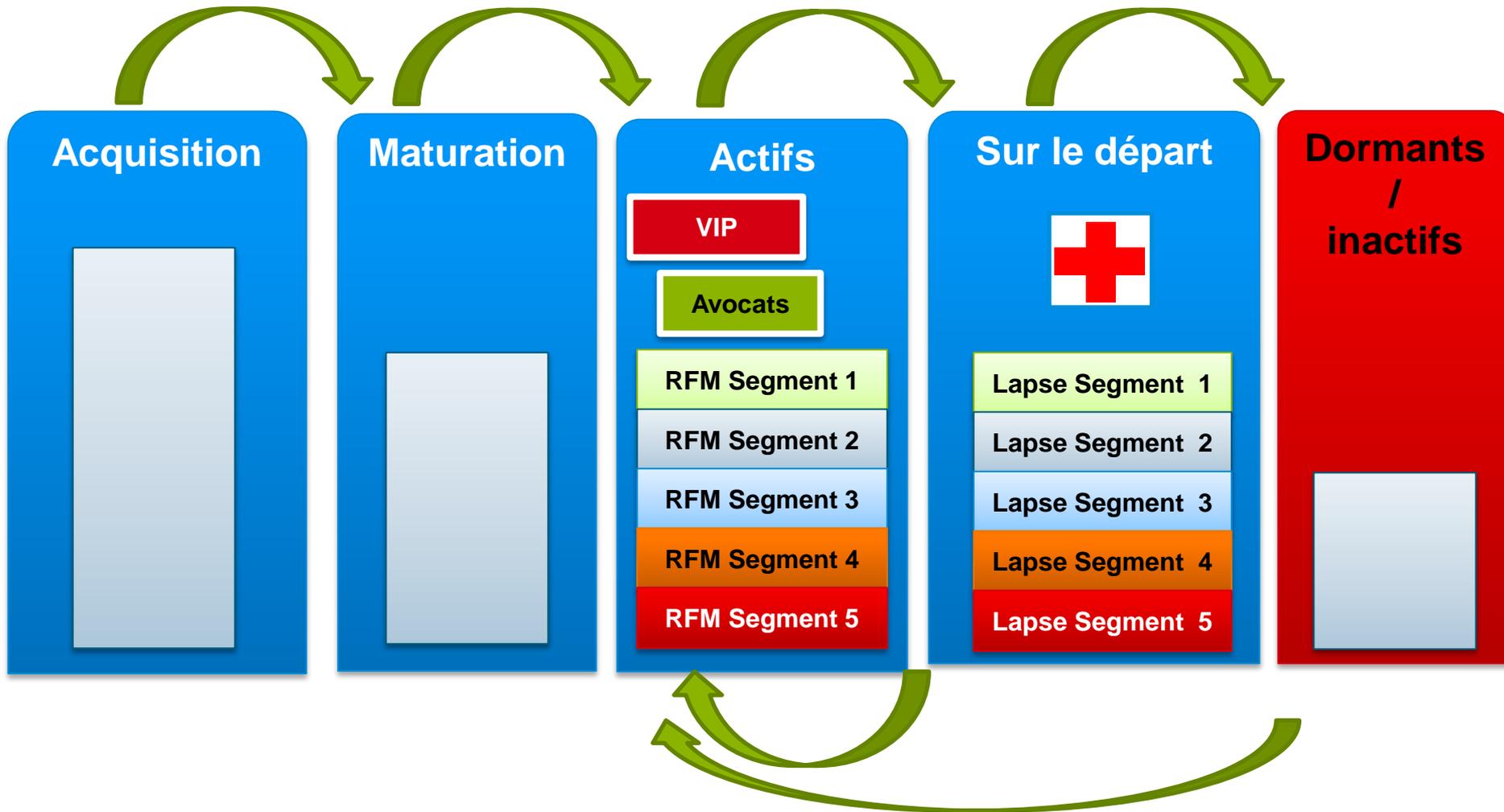
- **sur le site** en paiement sécurisé par carte bancaire
- **en magasin** au retrait de votre commande

N'hésitez pas à contacter notre service client, **6 jours sur 7**, si vous avez des questions au :

► N°Cristal **0969 39 75 08**
Appel non surtaxe

Votre Responsable de clientèle

Identifier les non actifs / dormants



Identifier les non actifs / dormants



- Jeux concours / offres promotionnelles pour réveiller le contact
- Demander la confirmation de son optin et @
- Prise de parole en rupture avec le ton utilisé habituellement



-Bien mettre en avant le lien de désabonnement

'Mieux vaut un contact désabonné qu'un contact inactif'

- Si contact inactif réactivé reste inactif : le sortir de tout cycle de vie et lui envoyer une newsletter fréquence ✧



Filière de « ré-accueil » spécifique une fois le contact réactivé



Réactiver les non actifs / dormants



CARTE FIDELITE UGC

Bonjour **christina** !

Le temps passe... Voilà bientôt 6 mois que nous ne vous avons pas vu dans nos cinémas. Comme le prévoient les conditions générales d'utilisation, **dans 15 jours vous perdrez tous vos points cumulés.**

Pour conserver vos points, rien de plus simple !

Rendez-vous dans les 15 jours prochains dans votre cinéma UGC préféré pour :

- y découvrir un film (vous gagnez **20 points** par place et 5 supplémentaires en réservant sur www.ugc.fr)
- vous offrir un café ou une confiserie (**10 points**), un menu (**20 points**)

OFFRE EXCEPTIONNELLE !

Pour tout achat d'une place de cinéma ou d'une confiserie dans les 15 prochains jours, nous **doublons les points fidélité de cet achat !**

Ne tardez pas, rendez-nous visite !

Et souvenez-vous que 200 points seulement vous permettent d'obtenir une place gratuite sur notre catalogue en ligne sur www.ugc.fr/espace_fidelite.

Consultez régulièrement le catalogue cadeaux : il s'enrichit chaque semaine (affiches de films, CD, places de concerts, expositions...).

Nous vous remercions de votre fidélité,
A bientôt dans nos salles.

Objet :

1ère alerte : Ne perdez pas vos points, plus que 45 jours !

2nde alerte : Ne perdez pas vos points, plus que 15 jours !

Réactiver les non actifs / dormants



Depuis quelques mois, vous n'ouvrez plus les emails que nous vous envoyons.

Si vous ne souhaitez plus recevoir nos newsletters, dites-le nous en vous [désabonnant ici](#).

Sachez que nous serons toujours heureux de vous servir.

Pour vous inciter à rester parmi nous, nous vous proposons **une remise de fidélité exceptionnelle de 10% sur votre prochaine commande** avec le code promo **BAZNEWS3** sur [Bien et Bio](#).

Nous restons à votre service,

L'équipe Bien et Bio

Offre de réduction sur prochain achat



Des experts à votre service

- 24h/24h conseils produits et conseils avisés
- 100% livraison gratuite
- 100% retour gratuit



3 produits incontournables !

- Le plus grand choix de produits bio
- Des prix exceptionnels
- Des produits de qualité

Réassurance: précision de l'offre et mise en avant de retours clients



Mail de la dernière chance



fotolia

“ Vous nous manquez ”

Cher ,

Est-ce que cette offre incroyable saura retenir votre attention ? Découvrez le nouveau site Fotolia et profitez d'un **mois de téléchargement GRATUIT (25 images XXL)**.

Voici l'occasion de redécouvrir Fotolia, le site de référence pour tous vos besoins créatifs.

 Recevez un abonnement gratuit dès maintenant ! 

Voici un petit aperçu de notre collection. Intéressé ? **Recevez dès maintenant votre offre GRATUITE !**



En espérant vous revoir très bientôt,
L'Equipe Fotolia

Mail de la dernière chance : ton décalé



Objet: Tu me manques

Si vous ne parvenez pas à lire cet email, vous pouvez le visualiser [en vous rendant ici](#)

Je t'écris ces derniers mots car je n'ai plus de nouvelles. Pourtant, je me plie en quatre pour te plaire.

- Quand tu es en manque d'inspiration, je trouve le restaurant qui te correspond.
- Quand l'addition te brûle les doigts, je te propose des promotions jusqu'à -50%.
- Quand tu n'as pas de temps à perdre, je réserve ta table en trois clics ...et c'est gratuit !

Après tous ces efforts, il est temps de laisser parler ton cœur.

Je ravive la flamme
Je vous rends visite

C'est terminé entre nous
Je me désabonne

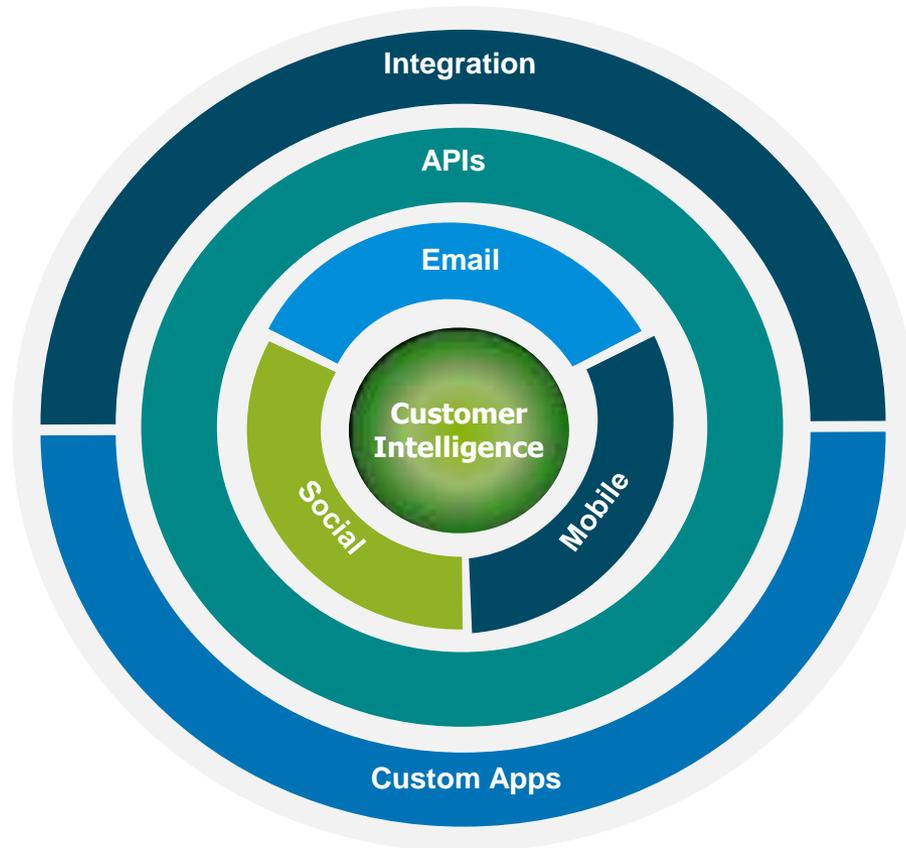
4500 restaurants Jusqu'à -50% sur l'addition Une table confirmée en 3 clics Disponible sur iPhone & Android

Cet e-mail a été envoyé à sgafom@...
Vous recevez cet e-mail car vous vous êtes inscrit [ici](#)
Si toutefois vous n'êtes pas le destinataire de cet e-mail, nous vous présentons toutes nos excuses
et vous invitons à vous désinscrire en [suivant ce lien](#)

Conclusion



Entretenir sa relation client via un cycle de vie personnalisé



Connaissance client au cœur de la stratégie