

31/10/2009

E-MAILING

VENTES PRIVEES



RIGAUX Florence – VILLERS Jérémie – MAZOUER Paul

Inscription

Vous avez déjà un compte ? Identifiez-vous !

Utilisez bien le même e-mail que celui qui vous a servi lors de votre inscription sur 24h00.fr !

Saisissez votre e-mail :

Saisissez votre mot de passe :

Bonjour,

Nous avons bien enregistré votre inscription sur 24h00.fr

Votre e-mail : onsenfout@rocketmail.com

ET

votre mot de passe : complètement vous seront nécessaires pour accéder à nos services, vous pouvez changer ces coordonnées à tout moment en vous connectant sur la rubrique [mon compte](#)

Notre service client est à votre disposition au : **08 11 09 48 41** (coût d'une communication locale) ou à l'adresse suivante <http://www.24h00.fr/contact.php>

A très bientôt sur 24h00.fr

Votre compte a bien été créé, complétez maintenant vos informations personnelles :

Mme Mlle M.

Nom :

Prénom :

Code Postal :

Ville :

Date de naissance : 1 / 1 / 1970

Cochez cette case si vous souhaitez recevoir, en avant-première, les invitations et les offres de nos partenaires.

>> VALIDEZ VOS INFORMATIONS

Vos informations ont bien été enregistrées !

>> CLIQUEZ ICI POUR FERMER

La page d'inscription n'est pas facilement identifiable. La zone d'inscription et les informations demandées sont claires. L'inscription est rapide, 2 clics. Le site propose de recevoir les offres de ses partenaires. Aucun parrainage n'est demandé. Une personnalisation des informations personnelles est présente. Aucune confirmation n'est envoyée.

Marketing : Généralités

La fréquence des mails est très raisonnable (aucune relance), pour la majorité très tôt le matin, sans personnalisation. Intitulé cours mais aucun avantage proposé. L'adresse mail d'envoi est cohérente. Les mails n'atterrissent pas en spam.

Rodika, 2 Two, Arturo

De : 24h00.fr - les ventes privées <lesventesprivées@portail.24h00.fr> [Ajouter dans les contacts](#)
 À : onsenfout@rocketmail.com

	De	Objet	Date
<input type="checkbox"/>	24h00 Hebdo	Karting, Evanlika, Rodika, Arturo et 2 Two	Sam 17/10, 9h03
<input type="checkbox"/>	24h00 Hebdo	Mexx, Le Petit Baigneur, Segura, Mac Douglas	Sam 10/10, 11h22
<input type="checkbox"/>	24h00 Hebdo	Veneziana, Zapallar, Charles Jourdan	Sam 3/10, 20h35
<input type="checkbox"/>	24h00.fr	Bienvenue sur 24h00.fr (mail à conserver)	Mar 29/9, 12h38
<input type="checkbox"/>	24h00.fr - les ventes privées	Rodika, 2 Two, Arturo	Jeu 22/10, 6h32
<input type="checkbox"/>	24h00.fr - les ventes privées	Le petit baigneur et La fiancée du Mekong	Jeu 15/10, 8h33
<input type="checkbox"/>	24h00.fr - les ventes privées	Mexx et Parfums d'automne	Mar 13/10, 6h32
<input type="checkbox"/>	24h00.fr - les ventes privées	Charles Jourdan, Pôles, Cheminées Bio-éthanol design	Jeu 8/10, 6h33
<input type="checkbox"/>	24h00.fr - les ventes privées	Veneziana et Zapallar	Mar 3/10, 20h35

Lecture

Un appel au clic est proposé pour accéder à chaque vente. Des avantages et les bénéfices cliquables sont décrits à chaque fois et très bien mis en avant. Pas de renvoi à la vente mais au site Internet. Besoin de plusieurs clics pour arriver à la vente désirée.

Mailing beaucoup trop long, l'attention ne se porte pas jusqu'à la fin. La redirection vers la page d'accueil du site n'est présente qu'à la toute fin du mail.

Présence de l'adresse du siège social de 24h mais pas d'autres contacts.

Ergonomie : généralités et visuels

Accédez à 24h00 le premier portail entièrement dédié aux e-shopeuses

24h00 SA - RCS 491 147 575 Paris - 28, rue Feytaud - 75002 Paris

Si vous ne souhaitez plus recevoir nos offres, vous pouvez vous désinscrire grâ...

24h00 est le premier portail entièrement dédié aux e-shopeuses : des invitations, de promotions, des privilèges, des réductions chez de nombreux partenaires (La Redoute, Fnac, séries limitées, des info sur la mode et le shopping en ligne, des boutiques permanentes (La boutique de sacs, La boutique des bonnes affaires)... Et, plus que jamais, des ventes événementielles et privées.

Ventes privées et événementielles : réservées aux membres de 24h00, c'est 1 à 2 ventes chaque jour de grandes marques (femme, homme, enfant) avec des remises de 50 à 80 pour cent (mode, beauté, décoration, gastronomie). Quelques marques qui nous font confiance : Asics, Mexx, Diesel, Paul & Joe Sister, Chacok, Bill Tornade, Maje, American Retro, Von Dutch, Chipie, Derhy, Birkenstock, Accessoire Diffusion, Pessy, Rip Curl ...

Se connecter par votre compte email, votre adresse IP ou votre numéro de téléphone.

VENTES PRIVÉES JUSQU'À -69% !
Le Petit Baigneur (Mode femme) et La Flancée du Mékong (Mode enfant et décoration).

le petit baigneur
Jusqu'à **-69%**
Pulls, gilets, tee-shirts, robes, tunique...
à partir de 12 €
ACCÉDEZ À LA VENTE

La Flancée du Mekong
Jusqu'à **-66%**
Pyjamas enfant et textile pour la maison...
à partir de 2,50 €
ACCÉDEZ À LA VENTE

Si vous ne parvenez pas à lire cet email, vous pouvez le visualiser en cliquant sur ce lien.

VENTES PRIVÉES JUSQU'À -80% !
Mexx (Mode femme et homme) et Parfum d'Automne (Parfums et cosmétiques).

Everything should be **XX. MEXX**
Jusqu'à **-79%**
Blousons, pantalons, robes, accessoires...
à partir de 2 €
ACCÉDEZ À LA VENTE

EXPEDITION SOUS **8 JOURS GARANTIE**

accédez à la vente Mexx (Blousons, pantalons, robes, accessoires...)

Organisation du contenu : Avantages et bénéfices sont très présents et bien mis en avant. Pour chaque marque, incitation au clic. Même design que pour les mailings des ventes privées, aucune originalité dans le contenu. La prévisualisation n'indique pas le nom de site. De plus les images ne s'affichent pas. La visualisation du mail sans les images n'est pas intéressante, cependant, toute la description du site 24h est lisible (car format text) à la fin du mail et elle comprend les avantages généraux que procure le site 24h.

Désinscription

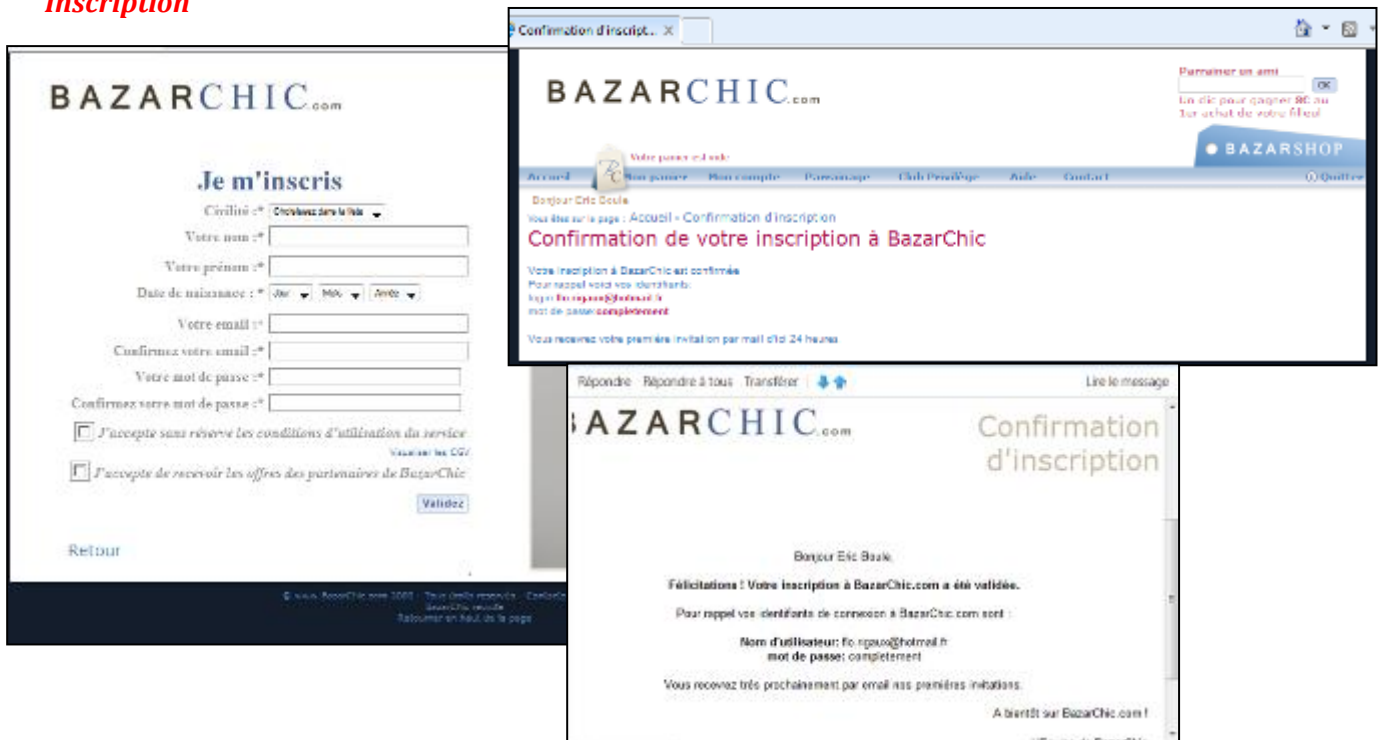
Le lien de désinscription est affiché et fonctionne. La page de désinscription est simple, rappelle le site. Le désabonnement est plutôt simple, quelques clics. Une confirmation est demandée ainsi qu'une proposition alternative. En revanche, le motif de la désinscription n'est pas demandé.

Pour confirmer votre désabonnement à la newsletter

CLIQUEZ-ICI !

24h00.fr Tout le shopping-en-ligne au féminin

Inscription



La zone d'inscription et les informations demandées sont claires. L'inscription est rapide, 2 clics. Le site propose de recevoir les offres de ses partenaires. Un parrainage n'est pas demandé. Aucune personnalisation du contenu (uniquement proposé au désabonnement). Confirmation de l'abonnement envoyée avec récapitulatif des identifiants, mais pas de double optin.

Marketing : Généralités

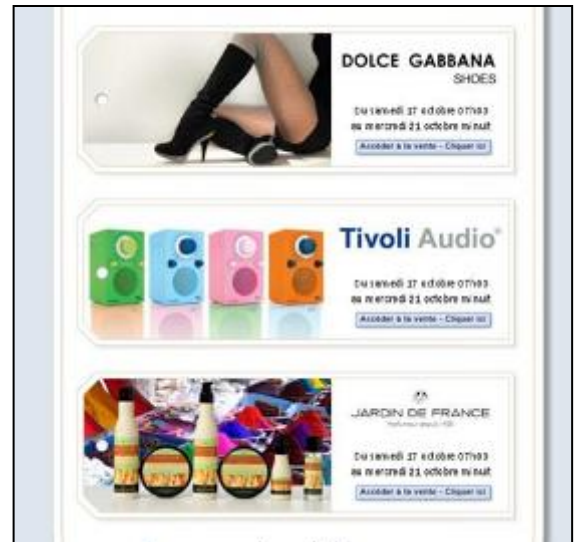
Un email par jour (aucune relance), pour la majorité à des heures pertinentes (le matin ou le midi), sans personnalisation et avec un intitulé récapitulatif des marques proposées mais beaucoup trop long et sans avantages consommateur. L'adresse mail d'envoi est pertinente. Les mails ne sont pas envoyés en spam.

Les ventes American Vintage (Cachemire Femme), Dolce	
De :	BazarChic <contact@bazarchic-invitations.com> Ajouter dans les contacts
À :	"onsenfout@rocketmail.com" <onsenfout@rocketmail.com>
BazarChic	Les ventes Rizal (Fourrures Homme Femme) et 26 Pass... Ven 16/10, 8h54
BazarChic	Les ventes American Vintage (Cachemire Femme) et 26 Pass... Jeu 15/10, 12h59
BazarChic	Les ventes Jean Louis Scherrer (PAP Femme), Potiron (Vente de mobilier exclusif) et... Mer 14/10, 8h06
BazarChic	Les ventes Sugar (PAP et accessoires Femme), Pure (Linge de lit) et Bellefontaine (C Mar 13/10, 10h19
BazarChic	Les ventes Bel Air (PAP Femme) et Bruce field (PAP Homme Femme) , sont ouvertes. Lun 12/10, 7h27
BazarChic	Les ventes Arturo (Cuirs Homme Femme), Petit Blanc d'Ivoire (PAP Enfant) et 26 Pass... Dim 11/10, 7h13
BazarChic	Les ventes Seven (PAP Homme Femme), Léa Fashion - Rexton (PAP Homme Femme... Sam 10/10, 7h09
BazarChic	Les ventes Rue Princesse (Maroquinerie), No Collection (PAP Femme) et N jo (PAP F... Ven 9/10, 13h41
BazarChic	Les ventes Rue Princesse (Maroquinerie), No Collection (PAP Femme) et N jo (PAP F... Ven 9/10, 4h38
BazarChic	Les ventes Féraud (PAP Femme), A Rom (Sirops et confitures) et Lil Pour L Autre (PAP Jeu 8/10, 4h38
BazarChic	Les ventes Maje (PAP Femme) et Idéa Plus (Echarpes Femme) sont ouvertes. Mer 7/10, 7h29
BazarChic	Les ventes Autre Chose (PAP Femme), Roz (Couteaux céramique) et Donnay (Chauss... Mar 6/10, 7h29

Lecture

Un appel au clic pour chaque marque proposée, mais tout le mail n'est qu'une grande zone cliquable. Le lecteur n'est pas mis à contribution, rien n'est là pour l'attirer vers une offre plutôt qu'une autre. Or mis l'adresse mail du site, aucun autre contact n'est disponible.

Ergonomie : généralités et visuels



Organisation du contenu : aucun avantage n'est cité, ni les preuves, ni les bénéfices. On sait seulement quelles marques proposent des ventes ce jour. En revanche, pour chaque marque, incitation au clic. Même design que pour les mailings des ventes privées, aucune originalité dans le contenu. La prévisualisation nous permet de voir le nom du site, mais aucuns avantages. De plus les images ne s'affichent pas.

Désinscription

Le lien de désinscription est affiché et fonctionne. La page de désinscription est tout à fait pertinente avec BazarChic (on retrouve le logo du site, les couleurs, le visuel est le même que celui des emails). Le site propose une alternative à une complète désinscription (recevoir un mail hebdomadaire). Le désabonnement est facile, un seul clic. Cependant, il ne demande pas de confirmation ainsi que le motif du désabonnement.



Inscription

Complétez votre inscription

Pays de résidence * France

Email de votre parrain *

Civilité * Monsieur Madame Mlle

Prénom *

Nom *

Date de naissance * [Jour] [Mois] [Année]

Profession * - Sélectionner ici -

Code postal *

Ville de résidence *

E-mail *

Confirmez votre email *

Mot de passe *

Confirmez votre mot de passe *

J'accepte sans réserve les [conditions générales de vente](#) de site vente-privee.com *

Je souhaite recevoir par email les offres et cadeaux des marques et des partenaires de vente-privee.com (Modifiable dans la rubrique Mes Comptes)

Vous allez recevoir un email d'activation que vous devez valider pour accéder au club.

Bonjour jj,

Votre inscription est presque complète !

Pour accéder aux ventes en cours vous devez impérativement valider votre inscription à l'aide de l'e-mail qui vient de vous être envoyé à cette adresse:

Votre email * onsenfou@rocketmail.fr

Alors n'attendez pas !

Bienvenue chez vente-privee.com

Nous vous souhaitons la bienvenue parmi les membres de vente-privee.com et sommes heureux de vous accueillir sur nos prochaines ventes.

Découvrez l'univers de vente-privee.com



Grandes principes et petites astuces



Préparation et livraison de votre commande



Potentiel, coordonnées personnelles et navigation sécurisées

La zone d'inscription et les informations demandées sont claires. L'inscription est rapide, 2 clics. Un email est envoyé sur la boîte mail afin d'activer le compte. L'email du parrain est obligatoire à l'inscription au site. Le site propose de recevoir les offres de ses partenaires.

Marketing : Généralités

Un email par jour, parfois même 2 par jour (aucune relance), pour la majorité à des heures pertinentes (dans la journée) sans personnalisation et avec un intitulé récapitulant les marques proposées et la date mais beaucoup trop long et sans avantages consommateur. L'adresse mail d'envoi n'est pas pertinente (« cderostand » est l'égérie de vente privée mais encore faut-il le savoir). Les mails ne sont pas envoyés en spam.

Ce message contient des photos ou des graphiques bloqués.

Timberland enfant, Hédiard, New Balance et Trussardi & Trussardi Jean

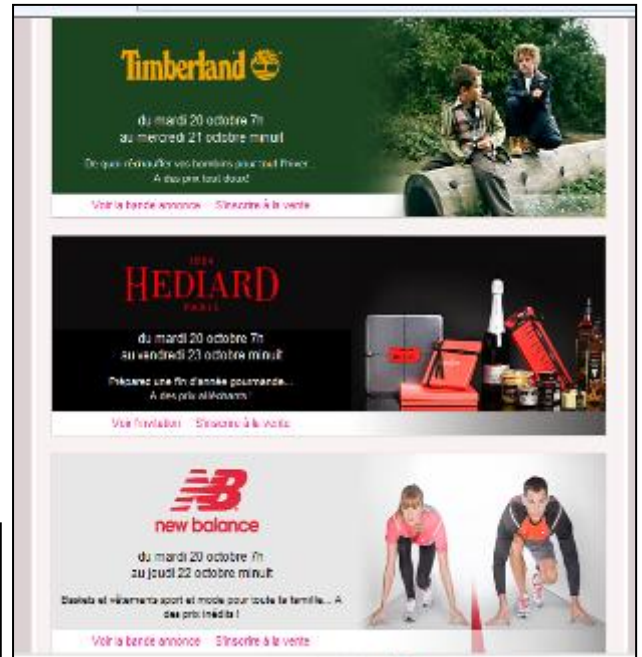
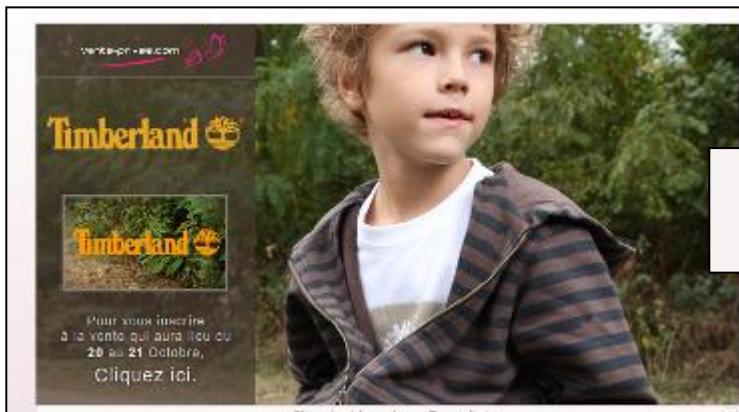
De : "cderostand@venteprivee.com" <invitation@venteprivee.com>

À : onsenfou@rocketmail.com

<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Rip Curl, Revol	
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Timberland enfant	
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Longchamp, Wonderbra, Hoss Intropia, Magnard & Télémaque, Brosway bij...	Sam 17/10, 11h25
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Calvin Klein Collection, Gentleman Farmer prêt-à-porter homme, Nintendo j...	Ven 16/10, 11h32
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	DKNY Kids, General Electric, Teddy Smith, Eden Shoes et Arthur samedi 17 o...	Jeu 15/10, 15h20
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Parc Astérix, Grévin et France Miniature samedi 17 octobre chez vente-prive...	Jeu 15/10, 14h43
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Descamps linge de maison, IKKS lingerie, Guy Degrenne, Mexx et Polti ven...	Mer 14/10, 11h15
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Café Coton, Nike underwear & swim, Morellato bijoux et montres et Ravensb...	Mar 13/10, 13h55
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Accor Thalassa, une offre VP Voyages jeudi 15 octobre chez vente-privee.com	Mar 13/10, 12h38
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Fratelli Onofri pianos gastronomiques, Ducs de Gascogne et Antonelle mercredi 14 ...	Lun 12/10, 11h58
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Pom d'Api & Springcourt chaussures, Guess prêt-à-porter, BGN prêt-à-porter, ...	Dim 11/10, 15h28
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Sequoia, Montagut, Task soins au masculin et Alpinestars lundi 12 octobre c...	Sam 10/10, 11h16
<input type="checkbox"/>	cderostand@venteprivee.com	Kenzo bijoux et montres, Palson, Shilton, Luminarc, Weill & Atika et Seiden...	Ven 9/10, 11h05

Lecture

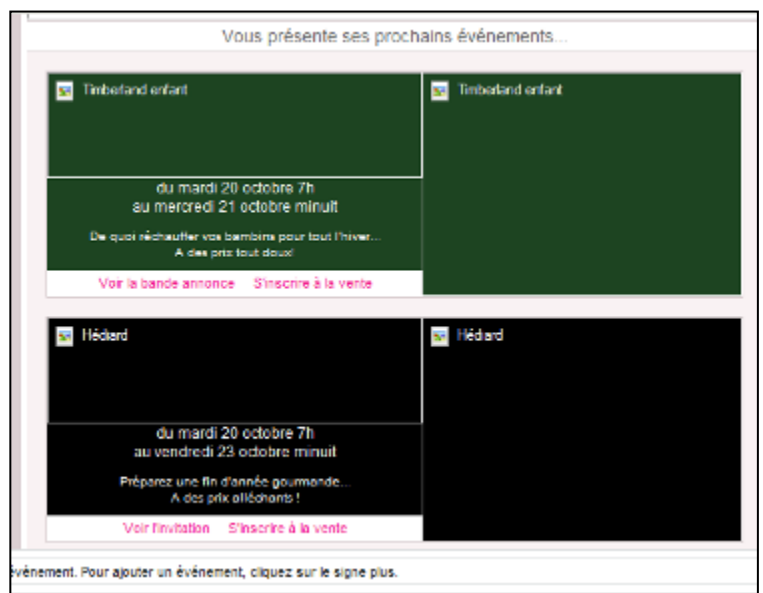
Un appel au clic pour chaque marque proposée avec l'avantage (mais toujours le même : prix spéciaux, pas d'exemple). Les dates de la vente sont précisées pour inciter le lecteur à cliquer. Le lecteur peut voir la bande annonce ou s'inscrire à la vente. Aucune accroche pour le lecteur. Redirection vers la home page « accéder aux ventes en cours » en bas de l'email. Mais redirection à chaque clic sur la vente en cours.



Accéder aux ventes en cours

Ergonomie : généralités et visuels

Organisation du contenu : légère description de l'avantage mais pas de bénéfice ni preuve. Pour chaque marque, incitation au clic. Même design que pour tous les mailings des ventes privées, aucune originalité dans le contenu. Les images ne s'affichent pas automatiquement ce qui rend la prévisualisation sans intérêt.



Désinscription

Le lien de désinscription est affiché et fonctionne. La page de désinscription est complètement cohérente avec le site, et très recherchée. (on retrouve le logo du site, les couleurs, un espace personnel). Le site ne propose pas de désinscription tout de suite mais une alternative plutôt intéressante (Pouvoir profiter des offres sans recevoir de mailing, ou recevoir les emails à une autre adresse mail). Le site propose donc un désabonnement du mailing mais pas du site. Il faut aller dans son espace perso et résilier son compte pour ne plus faire partie de

Ventesprivées.com. Cependant, une confirmation de la désactivation de l'envoi des emails est envoyé avec une personnalisation « cher(e) Paul » et une explication des démarche à suivre pour réactiver l'envoi des mails.

[Aide](#) + [Mon Espace](#) + Je souhaite résilier mon compte

Je souhaite résilier mon compte

Souhaitez-vous ne plus recevoir d'emails d'invitation aux ventes ?

Ne plus recevoir d'emails d'invitation signifie que vous pourrez toujours accéder aux ventes mais que vous ne recevrez plus d'invitations par email.

[Ne plus recevoir d'email](#)

Souhaitez-vous résilier totalement votre compte vente-privee.com ?

Résilier votre compte signifie que vous ne pourrez plus accéder au site vente-privee.com et que vous ne pourrez plus passer de commande.

[Résilier mon compte](#)

[Revenir à toutes les questions](#)

Désactivation de l'envoi des emails

Cher(e) Paul,

Nous avons bien pris connaissance de votre souhait de ne plus recevoir nos emails d'invitation aux ventes : cette modification sera effective dès demain.

Vous pourrez toujours accéder à notre site et à nos ventes événementielles en vous connectant sur [vente-privee.com](#) avec vos identifiants habituels.

Si vous souhaitez réactiver l'envoi des emails d'invitations, merci de vous rendre à la rubrique [Aide & Contact](#) du site, puis de sélectionner Mon compte. Vous pourrez y activer ou désactiver l'envoi des emails d'invitation.

Nous vous invitons à vous rendre régulièrement sur [vente-privee.com](#) pour ne pas manquer les nombreuses opportunités présentées chaque jour et restons à votre disposition en cas de besoin.

Bien sincèrement,

Cécile de Rostand,
Service des Relations Membres

[vente-privee.com](#)

[ACCUEIL](#) [VP LOUNGE](#) [MON COMPTE](#) [PARRAINAGE](#) [AIDE & CONTACT](#)

[LE BLOG](#) [ROSEBUZZ](#) [MON MOBILE](#) [VPBIBLI](#)

Désactivation des emails d'invitation

Souhaitez-vous ne plus recevoir d'emails d'invitation aux ventes ?

Ne plus recevoir d'emails d'invitation signifie que vous pourrez toujours accéder aux ventes mais que vous ne recevrez plus d'invitations par email.

[Ne plus recevoir d'email](#)

Souhaitez-vous changer votre adresse email de contact ?

Changer d'adresse email signifie que vous ne recevrez plus d'emails d'invitation à l'adresse actuelle mais à la nouvelle adresse spécifiée.

[Changer d'adresse email](#)

Mon Espace

- Questions relatives à mes commandes
- Questions relatives à mon compte

L'Univers vente-privee.com

- Qui sommes-nous ?
- vente-privee.com en images
- Votre première visite



Inscription

chicdressing

Les Ventes Les Boutiques Le Blog Parrainage Privilège Mon Compte

Inscription

Pour bénéficier des avantages de Chic Dressing, merci de valider votre inscription en complétant les champs

E-mail de votre parrain (facultatif) :

Mes Informations Personnelles

Sexe : Femme Homme (*)

Nom : (*)

Prénoms : (*)

Téléphone :

Date de naissance : 1 / 11 / 2009 (*)

Profession :

Mon Adresse

Complément d'adresse (code porte, bât ...) :

Complément d'adresse (code porte, bât ...) :

Code Postal : (*)

Ville : (*)

Pays : France (*)

Choisissez vos identifiants qui vous permettront d'accéder à Chic Dressing

Email : (*)

Confirmez votre email :

Mot de passe : (*)

Confirmez votre Mot de Passe : (*)

CHIC DRESSING N'ACCEPTERA PAS DE DEVELOPPER VOS INFORMATIONS PERSONNELLES À DES FINS ET/OU PAR QUELQUE MOYEN ET SUR QUELQUE SUPPORT QUE CE SOIT.

J'accepte sans réserve les conditions générales d'utilisation du service Chic Dressing ([Cliquez ici pour les consulter](#)).

J'accepte de recevoir par e-mail les bons plans des partenaires Chic Dressing

* Champs obligatoires

Les Ventes Les Boutiques Le Blog Parrainage Privilège Mon Compte

Inscription

Votre inscription a bien été enregistrée.

Cher membre,

Votre inscription a bien été enregistrée. Vous allez recevoir très rapidement un email de confirmation. Vous pouvez dès à présent consulter nos ventes en [cliquant ici](#).

Nous restons à votre entière disposition.

L'équipe Chic Dressing

La zone d'inscription est très longue. Beaucoup d'informations sont demandées. L'inscription est rapide, 1 clic. Le site propose de recevoir les offres de ses partenaires. Un parrainage n'est pas demandé. Confirmation de l'abonnement envoyée avec récapitulatif des identifiants, mais pas de double optin.

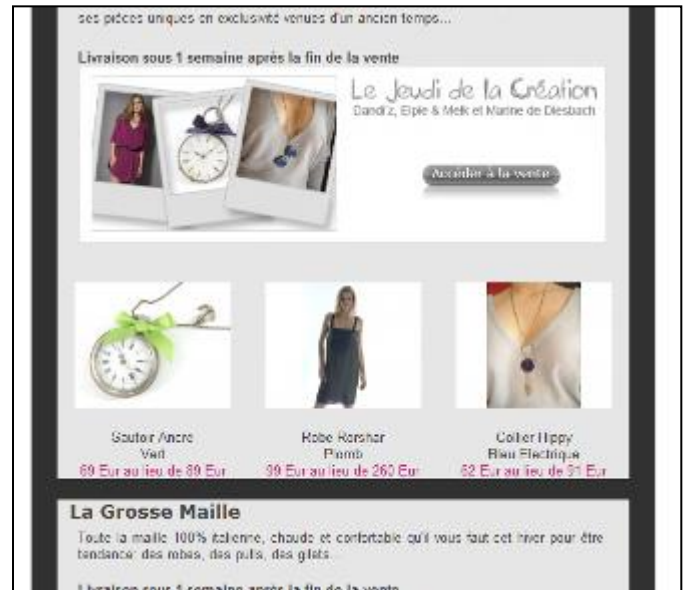
Marketing : Généralités

Un email par jour sauf le week end (aucune relance), pour la majorité très tôt le matin, sans personnalisation, avec la plus part du temps l'avantage proposé mais intitulé très long. L'adresse mail d'envoi est très pertinente, emploi du mot « newsletter". Aucun mail n'est envoyé en spam.

Chic Dressing	Epla & Melk, Marine de D	Retrouvez les basics Angel et Peace et les Echarpes Glen
Chic Dressing	Retrouvez les basics Am	De : Chic Dressing <newsletter@chicdressing.com> Ajouter dans les contacts
Chic Dressing	Les cachemires Italiens	À : "onsenfout@rocketmail.com" <onsenfout@rocketmail.com>
Chic Dressing	Créez votre LOOK Rock	
Chic Dressing	Kel Ewey, La2l et Viadoli	
Chic Dressing	Les stickers et posters NY, Auberginette et les chaussures tendances de c...	Mer 7/10, 5h04
Chic Dressing	La nouvelle collection Kosmika et Adeline Affre sont chez Chic Dressing	Mar 6/10, 6h04
Chic Dressing	Les Sacs Zin et Les Cuirs Segura sont chez Chic Dressing	Lun 5/10, 5h04
Chic Dressing	Retrouvez les Look Hippie Chic, les Calecons Torrente et les chaussures Co...	Ven 2/10, 9h28
Chic Dressing	Vente Privée Gaspard Yurkievich : Collection Hiver 2009 a - 40%	Ven 2/10, 5h05
Chic Dressing	Mika Sarolea et Vic et Max font le Jeudi de la Creation. Retrouvez une selec...	Jeu 1/10, 5h05
Chic Dressing	Les Boxers ES, Quand j etais grand, Les stickers prénoms pour enfant et la...	Mer 30/9, 9h31
Chic Dressing	Invitation exceptionnelle Vente Privée CHLOE a Paris	Mar 29/9, 18h13
Chic Dressing pour Enchere...	Le nouveau MacBook Air pour 9.35 euros seulement sur Enchere VIP	Mar 6/10, 19h17
Cécile de Reichard	vente.privee.com : réactivation de l'envoi des emails	Jeu 22/10, 13h10

Lecture

Un appel au clic est proposé pour accéder à chaque vente. Des avantages cliquables sont décrits à chaque fois (3 exemples de produits avec les bénéfices). L'avantage livraison sous 1 semaine est également présent. Pas de renvoi à la vente mais au site Internet.



Ergonomie : généralités et visuels



Organisation du contenu : Avantages et bénéfices sont présents mais pas assez mis en avant. Pour chaque marque, incitation au clic. Même design que pour les mailings des ventes privées, aucune originalité dans le contenu. La prévisualisation n'indique pas le nom de site. De plus les images ne s'affichent pas. En revanche, les avantages sont en format text et non en flash ce qui permet de les voir même sans afficher les images.

Désinscription

Le lien de désinscription est affiché et fonctionne. La page de désinscription est en accord avec le site. Aucune alternative n'est proposée. Le désabonnement est facile, un seul clic. Cependant, il ne demande pas de confirmation ainsi que le motif du désabonnement.



Inscription

L'inscription est simple et ne requiert pas trop d'information. Elle propose de recevoir des offres de partenaires et de recevoir des invitations de ventes privées « hors ligne ». L'inscription n'est pas confirmée par email mais très vite on reçoit les newsletters du site.



The registration form includes fields for:

- Civilité (Mlle, M, Mlle)
- Prénom *
- Nom *
- Adresse *
- Code Postal *
- Ville *
- Email *
- Mot de passe *
- Date de naissance *

 It also features checkboxes for accepting the club's terms and receiving newsletters, and a 'VALIDER' button.

Marketing : Généralités

Elodie - AchatVIP.com	ITALIE, EGYPTE, TUNISIE et MEROME... Jeu 21/10, 17h28
Elodie - AchatVIP.com	Braderie : VTECH, REEBOK, MAC ... Sam 24/10, 11h45
Elodie - AchatVIP.com	GUCCI, CERRUTI Solaires, PUMA, ... Sam 24/10, 3h44
Elodie - AchatVIP.com	L'OREAL GARNIER, LEVI'S, ENYC... Ven 23/10, 3h59
Elodie - AchatVIP.com	Braderie : CONVERSE, GUESS, L... Jeu 22/10, 13h10
Elodie - AchatVIP.com	FERRARI LUMBERJACK, CAFE N... Jeu 22/10, 7h28
Elodie - AchatVIP.com	60 euros offerts par an ! Devenez ... Mer 21/10, 15h14
Elodie - AchatVIP.com	MORABITO Chemise, BOUCHE A ... Mer 21/10, 2h47
Elodie - AchatVIP.com	Braderie Anniversaire : Des millier... Mar 20/10, 14h00

60 euros offerts par an ! Devenez membre VIPGOLD

De : Elodie - AchatVIP.com <elodie@invitation.achatsvip.com>  Ajouter dans les contacts

À : onsenfout@rocketmail.com

La fréquence d'envoi est élevée avec en général deux emails par jour (un le matin avant 8h, un autre dans l'après midi). L'émetteur est facilement identifiable « AchatVIP.com » mais l'utilisation d'un pseudo est perturbante. Les sujets se résument généralement aux noms des marques des ventes privées avec de temps en temps des remises : « -10% », des offres bonus, des messages d'urgence : « dernière minute » qui poussent le lecteur à ouvrir le mail. Aucun email ne va dans le spam.

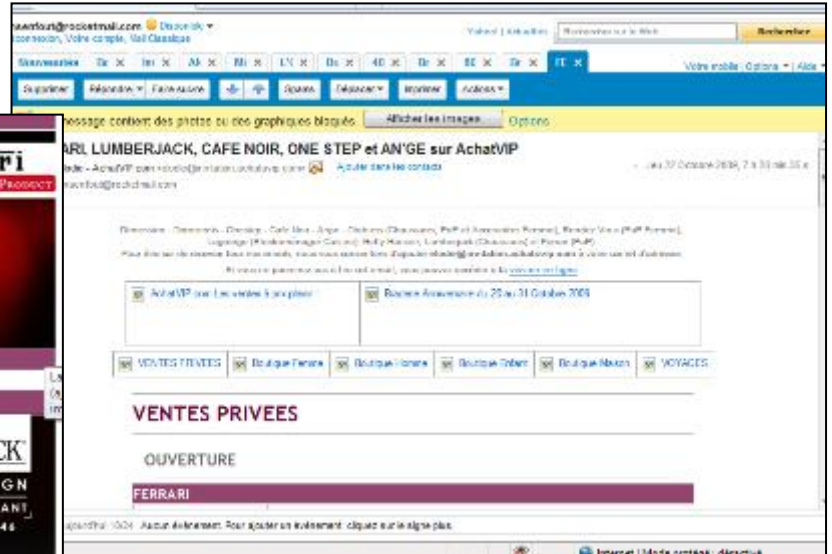
Lecture

Il n'y a ni appel au clic, ni avantage pour le consommateur. Néanmoins les visuels sont cliquables et mènent vers les bonnes ventes. Les images regroupent parfois plusieurs marques, ce qui peut désorienter les destinataires.



The newsletter features the AchatVIP logo and a celebratory banner for 'LA BOUTIQUE D'ELODIE fête ses 1 AN !!'. The main headline is 'Braderie Anniversaire' with dates 'du 20 octobre au 31 octobre'. Below this, there are four columns of brand logos: 'Femme' (NANAF, CONVERSE, GUESS), 'Homme' (CONVERSE), 'Enfant' (Tutti/Dessaigne), and 'Maison' (BEKA, mactrad). At the bottom, there is a section for 'LAGRANGE' with a 'LA GRANDE' banner.

Ergonomie : généralités et visuels



Sans les visuels, l'email n'est pas de tout attrayant. Les offres sont uniquement sous un format image. Le message est donc incompatible avec les ordinateurs qui ne lisent pas les images. Organisation du contenu : Les marques défilent de haut en bas, il faut descendre pour parcourir toutes les marques de la vente de la semaine. Les visuels sont de bonne qualité et mettent en avant les produits.

Désinscription

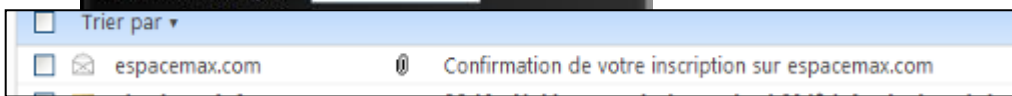


Le désabonnement à la newsletter est facile et ne demande que quelques clics. Le site propose de modifier la fréquence d'envoi : quotidien ou hebdomadaire. Le désabonnement s'effectue automatiquement en 24 heures, ce qui est très raisonnable. Le site ne confirme pas le désabonnement par email.

Inscription



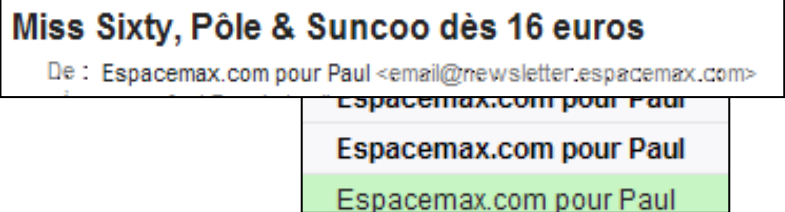
L'inscription est facile et rapide. Elle est confirmée via un email mais ne fonctionne pas par double optin. Le formulaire est plutôt petit et pas vraiment mis en valeur mais il est fonctionnel.



Marketing : Généralités

La provenance de l'email est personnalisée, même si le nom de famille n'apparaît pas, le prénom s'affiche avec une majuscule. On identifie bien l'émetteur de l'email « espacemax.com ». L'adresse d'envoi est claire et identifiable.

Les sujets des emails envoyés varient entre l'urgence « vous n'avez plus que quelques jours », des remises « Abaco jusu'a 68% » et des noms de marques pour maximiser l'ouverture. La fréquence d'envoi est régulière (un par jour), mais certains email arrivent directement dans les spams (1 sur 4).



De	Objet	Date
Elodie - AchatVIP.com	Invitation privée : Braderie exceptio...	Ven 25/09, 8h02
espacemax.com	Confirmation de votre inscription s...	Jeu 24/09, 18h26
Espacemax.com pour Paul	Vous n'avez plus que quelques jo...	Lun 26/10, 9h07
Espacemax.com pour Paul	Galliano Lingerie : vente exceptio...	Mar 13/10, 7h52
Espacemax.com pour Paul	Hello Kitty, Anthéor, Joysens & Mar...	Lun 12/10, 7h50
Espacemax.com pour Paul	Miss Sixty, Pôle & Suncoo dès 16...	Dim 11/10, 7h54
Espacemax.com pour Paul	Adoptez le style Comme Un Garçon	Ven 9/10, 12h23
Espacemax.com pour Paul	Balenciaga : accessoires dès 45 ...	Ven 9/10, 7h56
Espacemax.com pour Paul	Balenciaga : la vente exceptionne...	Jeu 8/10, 15h01
Espacemax.com pour Paul	Montres Just Cavalli & Red Valen...	Jeu 8/10, 7h51
Espacemax.com pour Paul	Le Mont Saint Michel jusqu'à -65...	Mer 7/10, 7h51
Espacemax.com pour Paul	Abaco jusqu'à -68% & nouvelle bo...	Mar 6/10, 7h51
Espacemax.com pour Paul	10 000 euros de shopping à gagn...	Lun 5/10, 12h25
Espacemax.com pour Paul	Ventes privées Scott & Fox et bij...	Lun 5/10, 7h50
Espacemax.com pour Paul	Sacs Tommy Hilfiger jusqu'à -66...	Sam 3/10, 7h49

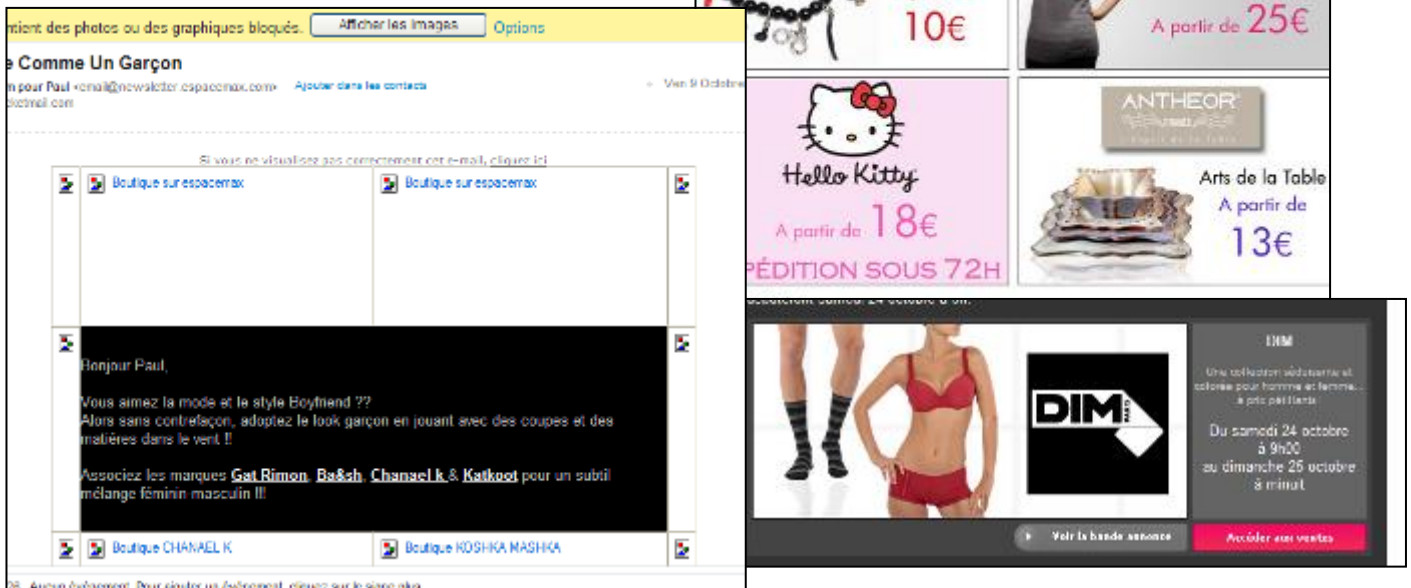
Lecture

La newsletter comporte toujours un petit message personnalisé qui introduit les ventes, cela renforce la reconnaissance client.



Les newsletter proposent toujours des avantages et des réductions aux abonnés. Cependant les visuels sont souvent pauvres en produit et les offres sont réduites. La pertinence du contenu est à revoir car nous nous sommes inscrit à cette newsletter avec un compte d'homme et nous avons reçu des emails de vente de marques uniquement destinés aux femmes.

Ergonomie : généralités et visuels

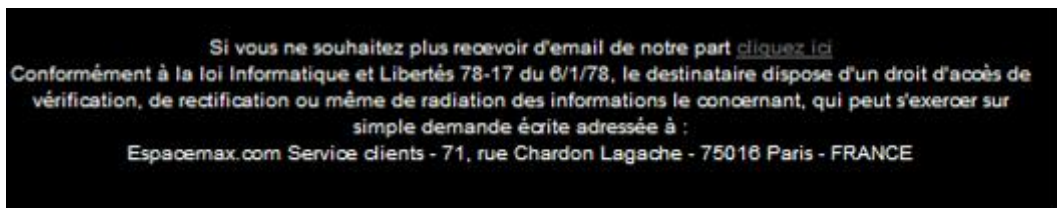


Les emails de d'espace max sont lisibles sans les images. Lorsque les visuels ne sont pas affichés, le message est personnalisé et a du sens. Les promotions sont lisibles. Le site propose un lien miroir pour visionner les images.

Les visuels sont clairs et montrent de petits prix qui attirent l'œil des internautes. Toutes les images sont cliquables et mènent vers les ventes correspondantes.

On note la présence l'onglet cliquable « Accéder aux ventes », qui facilite la navigation des clients.

Désinscription



Le désabonnement est très facile mais il renvoie vers une page qui ne suit pas le design du site internet. En un clic sur le lien on accède à une page blanche qui nous affiche ceci :

Vous avez bien été désinscrit (onsenfout@rocketmail.com)
Votre demande sera prise en compte sous 48 à 72 heures

La durée du désabonnement est un peu long (48 à 72 heures) comparé à la concurrence.



Inscription

L'abonnement à la newsletter est très facile et rapide. On ne nous demande que notre email alors que le site pourrait obtenir bien plus d'information de la part des internautes.



Marketing : Généralités

Les sujets des emails du site « l'invité des marques » ne présente en général qu'une marque. L'émetteur n'est pas personnalisé et les sujets se ressemblent beaucoup et en deviennent monotones. L'adresse email de l'émetteur n'est pas pertinente : « newsletter@r.ems7.net » pourrait être remplacé par: newsletter@invitedesmarques.fr.



L'invité des Marques	REPLAY : manteaux, jeans, tee-ble...	Lun 20/10
L'invité des Marques	RIVALDI : manteaux, pulls, jeans, ...	Sam 24/10
L'invité des Marques	HUSH PUPPIES: profitez de notre s...	Ven 23/10
L'invité des Marques	Best Mountain: vêtements homm...	Jeu 22/10
L'invité des Marques	CASIO: des montres fonctionnell...	Mer 21/10
L'invité des Marques	O'NEILL: prêt à porter pour homm...	Mar 20/10
L'invité des Marques	GOLA: Chaussures pour hommes...	Lun 19/10
L'invité des Marques	Vente PUMA, dernier jour	Dim 18/10
L'invité des Marques	Vente PUMA : textiles et chaussu...	Jeu 15/10
L'invité des Marques	DIM: maillots de bain et sous-vête...	Mer 14/10
L'invité des Marques	Billabong, la marque référence p...	Mar 13/10
L'invité des Marques	LEVI'S : Vêtements, chaussures ...	Lun 12/10
L'invité des Marques	Sélection montres à partir de 14...	Sam 10/10

Lecture



Il y a une accroche par des prix très bas et un appel au clic en haut à droite de l'email. L'appel à l'action est donc plutôt faible mais les liens sont cliquables et mènent vers les bonnes ventes.

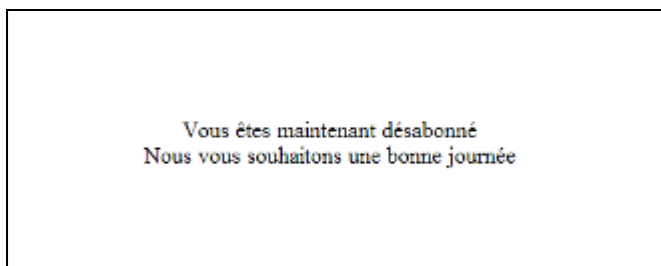
Ergonomie : généralités et visuels



Sans les visuels, l'email est illisible. Aucune information susceptible de faire cliquer le consommateur n'apparaît.

Les emails envoyés sont très pauvres en nombre de marques proposées (une seule marque par email est vraiment mise en valeur). L'email est très court et fade (pas de rappel des couleurs ni de thème uniforme). Néanmoins il y a un petit menu qui ramène au site source et les images redirigent bien vers les ventes correspondantes.

Désinscription



La désinscription est simple (deux clics) mais la page de désabonnement ne respecte pas le design du site et aucun logo n'apparaît. La désinscription est immédiate et accompagnée d'une phrase de politesse.

BrandAlley

Inscription

The image shows a registration form on the left and a preview of the user account page on the right. The registration form includes fields for: Société, Civilité (Monsieur), Nom, Prénom, Adresse de facturation, Adresse (suite), Digicode, Pays (France Métropolitaine), Code postal, Ville, and Donner un nom à cette adresse. Below these are newsletter preferences with three radio buttons: 'Oui, je souhaite recevoir par email les offres de Brandalley', 'Oui, je souhaite recevoir par email les offres de Brandalley et de ses partenaires', and 'Non, je ne souhaite pas recevoir d'offre'. A 'VALIDER' button is at the bottom. The account page preview shows the BrandAlley logo, a search bar, navigation links (FEMME, BIJOUX, SACS, HOMME, ENFANT, DÉCO/ART DE VIVRE, MARQUES, LES LOOKS), and a 'MON COMPTE' sidebar with links for 'Mes commandes', 'Mes coordonnées / Mon mot de passe', and 'Mes adresses'. The main content area says 'Bonjour, JJ VV', 'Bienvenue chez Brandalley. Vous n'avez aucune commande enregistrée à ce jour. N'hésitez pas à cliquer sur les menus à gauche pour découvrir tous les services de mon compte.', and 'Ou retourner sur la page d'accueil en cliquant ici'. A 'Confirmer email' field shows 'onsenfout@rocketmail.fr' and a password confirmation section with a note: 'Le mot de passe vous permettra ensuite d'aller dans " Mon Compte ", où vous pourrez suivre en ligne l'historique de vos commandes ou recevoir une facture.'

Arrivé sur la page d'accueil, trouver le moyen de s'inscrire à ce site n'est pas facile. Une fois trouvée, la zone d'inscription et les informations demandées sont claires. L'inscription est rapide, 2 clics. Le site propose de recevoir les offres de ses partenaires. Aucun parrainage n'est demandé. Il y a une personnalisation qui nous souhaite la bienvenue. Aucune confirmation d'abonnement n'a été envoyée sur la boîte mail.

Marketing : Généralités

La fréquence des mails est plutôt raisonnable, la plus part d'entre eux sont envoyés pendant le week-end, aussi bien tôt le matin, qu'en fin d'après midi (aucune relance). On ne note aucune personnalisation. L'intitulé est long, il dépasse souvent de la marge « objet ». L'adresse mail d'envoi n'est pas très cohérente, on ne comprend pas très bien qui est « Sophie ». Un tiers des mails atterrissent en tant que spam.

	De	Objet	Date	
<input type="checkbox"/>	Sophie - Brandalley	GBB et Catimini chaussures Enfant,	Ven 23/10, 4h27	
<input type="checkbox"/>	Sophie - Brandalley	Ventilo, Cassis chaussures, Jekel, E	Mar 20/10, 15h46	
<input type="checkbox"/>	Sophie - Brandalley	Empire du Cachemire, DKNY Jeans,	Dim 18/10, 17h54	
<input type="checkbox"/>	Sophie - Brandalley	Manteaux et vestes Femme Homm	Sam 17/10, 15h14	
<input type="checkbox"/>	Sophie - Brandalley	Torrente Couture lingerie, Best Mour	Lun 12/10, 6h25	
<input type="checkbox"/>	Sophie - Brandalley	Guess montres, Stanbridge, Classi	Dim 11/10, 4h12	

Nike, Adidas, Asics, Onitsuka Tiger : Sport Attitude
De : Sophie - Brandalley <info@news.brandalley.com> Ajouter dans les contacts • Sam 24 Octobre 2009, 13 h 12 min 57 s
À : onsenfout@rocketmail.com

Lecture

Un appel au clic est proposé pour accéder à la boutique, mais pas directement à la vente. Des avantages et les bénéfices cliquables sont décrits à chaque fois et très bien mis en avant. En revanche le lien renvoi directement à la vente sans passer par l'accueil du site. Le mailing est de taille idéale, l'attention se porte du début à la fin du message. La redirection vers la page d'accueil du site se fait en cliquant sur le logo de la de la société.



Ergonomie : généralités et visuels

<p>Si le message ne s'affiche pas correctement, vous pouvez accéder à la version en ligne. Pour être sûr(e) de recevoir toutes nos invitations, ajoutez l'adresse info@news.brandalley.com à votre carnet d'adresses.</p> <p>Brandalley – de -30 à -70% sur vos marques préférées</p>		
<p>Brandalley -</p> <p>Ouverture de la boutique Manteaux</p>	<p>Brandalley -</p> <p>Ouverture de la boutique Manteaux</p>	
<p>Ouverture de la boutique Manteaux</p>	<p>Ouverture de la boutique Manteaux</p>	

Organisation du contenu : Avantages et bénéfices sont très présents et bien mis en avant. Pour chaque marque, incitation au clic. Les mailings de Brandalley sont tous identiques, présentés de la même manière et relativement sobre. La prévisualisation indique le nom de site ainsi que le bénéfice. En revanche les images ne s'affichent pas. La visualisation du mail sans les images nous indique n'est pas intéressante, en revanche il est possible de voir ce que concerne la vente (manteaux, joaillerie...).

Désinscription

Votre désabonnement a bien été enregistré. Il sera effectif sous 3 jours.

Le lien de désinscription est affiché et fonctionne. La page de désinscription est en cohérence avec le site. Le désabonnement est rapide, seulement quelques clics, mais pas immédiat (effectif sous 3 jours). Une proposition alternative est demandée ainsi que la raison de notre désinscription. Aucune confirmation, en revanche un mail, m'indique qu'en cas de changement d'avis sous les 3 jours, il est possible d'annuler le désabonnement à l'aide d'un lien.

Mes newsletters Brandalley

Brandalley vous propose différentes newsletters.
 Cliquez sur Oui en face de celles que vous souhaitez recevoir, ou sur Non si vous souhaitez vous en désabonner; puis validez vos choix en cliquant sur le bouton "Mettre à jour".

- Offres et nouveautés Femme Oui Non
- Offres et nouveautés Homme Oui Non
- Offres et nouveautés Enfant Oui Non
- Offres et nouveautés Décoration Oui Non
- La meilleure offre de la semaine (seulement 1 e-mail par semaine) Oui Non
- Invitations et avantages des partenaires sélectionnés par Brandalley Oui Non

METTRE À JOUR

Inscription

La zone d'inscription et les informations demandées sont claires. L'inscription est rapide, 2 clics. Le site propose de recevoir les offres de ses partenaires. Un parrainage est ici facultatif. Aucune personnalisation n'est possible. On ne constate pas non plus une page nous informant de la fin de l'inscription ou encore un message de bienvenue sur le site. Aucune confirmation n'a été envoyée avec les identifiants sur la boîte mail.

INSCRIVEZ-VOUS

Civilité : Mlle Mme M.

Nom :

Prénom :

Date de naissance : 02 Fév 1985

Code postal :

Ville :

Pays : France Métropolitaine uniquement

Email : onsenfout@rocketmail.fr

Mot de passe :

Email Parrain (champ facultatif) :

Je souhaite devenir membre de Surinvitation.com et recevoir les invitations de vente par email

Je souhaite également recevoir les offres promotionnelles des partenaires de Surinvitation.com

VALIDEZ

Marketing : Généralités

-50% sur les montres Guess et DKNY (homme et femme)

De : surinvitation.com <surinvitation@bp06.net> [Ajouter dans les contacts](#)
À : onsenfout@rocketmail.com

		Date
surinvitation.com	Prêt-à-porter femme (du 36 au 46) i	Mar 20/10, 8h36
surinvitation.com	Jusqu'à -60% sur les sacs à main e	Mer 14/10, 9h00
surinvitation.com	-50% sur Levi's et Dockers (homme	Mar 13/10, 8h40
surinvitation.com	Poêles, sauteuses, assiettes... jusq	Lun 12/10, 9h09
surinvitation.com	Playa : bottes, bottines, escarpins ju	Dim 11/10, 8h34
surinvitation.com	DIESEL à -40% : Jeans et Hauts (hor	Sam 10/10, 9h06

La fréquence des mails est plutôt soutenue (tous les jours). La majorité des mailings sont envoyés le matin avant 9 heures. Il n'y a aucune relance au mail non ouvert. L'intitulé est une foi sur deux trop long. L'adresse mail d'envoi est parfaitement cohérente. Environ un tiers des mails atterrissent en tant que spam. Le mailing est personnalisé. Chaque mail contient un texte d'introduction à la vente personnalisé avec le nom du lecteur (Paul).

Lecture



Un appel au clic est présent. Les avantages sont décrits à chaque fois et très bien mis en avant. Cependant, il n'y a aucun bénéfice présent sur le mailing. La redirection est bien pertinente puisqu'on retombe directement sur la vente sans passer par l'accueil du site.

Mailing est légèrement trop long, l'attention peut se perdre à partir de l'avant dernière offre. La redirection vers la page d'accueil du site se fait en cliquant sur le logo surinvitation.com. Les informations sur l'entreprise sont bien présentes : adresse, téléphone et email du SAV.

Ergonomie : généralités et visuels



Organisation du contenu : Les avantages sont la plus part du temps présents, mais pas systématiquement. De plus les bénéfices ne sont que très rarement mis en avant. Pour chaque marque, incitation au clic. Les mailings de surinvitation.com respectent tous la même charte graphique. La prévisualisation du mail sans les images est possible. On obtient toutes les informations dont le lecteur à besoin (offre, nom de la marque, des produits...)

Désinscription

Le lien de désinscription est affiché et fonctionne. La page de désinscription est en cohérence avec le site (mêmes couleurs). Le désabonnement est rapide, seulement quelques clics, il suffit de décocher les mails que l'on ne désire pas recevoir, mais pas immédiate (effective sous 48 heures). Une proposition alternative est demandée mais pas la raison de noter désabonnement.



**Vous n'êtes plus abonné(e) aux e-mails de surinvitation.com.
Ces modifications seront effectives sous 48 heures.
Merci de votre compréhension.**



Inscription

La zone d'inscription et les informations demandées sont claires. L'inscription est rapide, 2 clics. Le site ne propose pas de recevoir les offres de ses partenaires. Un parrainage est ici facultatif. Aucune personnalisation n'est possible. Aucune confirmation n'a été envoyée avec les identifiants sur la boîte mail.

Pour vous inscrire, merci de saisir les informations ci-dessous. Tous les champs sont obligatoires.

Avez-vous un parrain ?

E-mail de votre parrain (facultatif)

Qui êtes-vous ?

Mme Mlle Mr

Nom :

Prénom :

Date de naissance : JJ MM AAAA

Où peut-on vous avertir de nos ventes ?

Entrez votre E-mail :

Confirmez votre E-mail :

Code de sécurité :

Merci et bienvenue vv !

Votre compte Private Outlet est activé.

[Cliquez ici](#) pour visiter le Showroom et découvrir toutes les ventes événementielles qui vous sont réservées !

Marketing : Généralités

Bonjour Paul,

La vente **Calvin Klein** est ouverte sur Private Outlet !

Calvin Klein aujourd'hui chez Private Outlet !

De : Private Outlet <info@news.privateoutlet.com> [Ajouter dans les contacts](#)

À : Paul Maz <onsenfout@rocketmail.com>

<input type="checkbox"/>	Private Outlet	Marlboro Classics et casques moto NY Yankees Ven 23/10, 7h37
<input type="checkbox"/>	Private Outlet	Energie - Killah et Coast Weber Ahaus aujourd'hui Mar 20/10, 7h44
<input type="checkbox"/>	Private Outlet	Yves Saint Laurent (Eyewear), Jonak et Keymo Lun 19/10, 7h44
<input type="checkbox"/>	Private Outlet	Dolce & Gabbana, Marlboro Classic, Yves Saint I Dim 18/10, 11h10
<input type="checkbox"/>	Private Outlet	Maze (Cuir), Keds (Chaussures) et Kempa-Gill Ven 16/10, 7h50

La fréquence des mails n'est pas particulièrement soutenue, ce qui ne pollue pas la boîte mail. Ils sont envoyés environ tous les 2 jours. La majorité des mailings sont envoyés le matin avant 8 heures. Il n'y a aucune relance au mail non ouvert. L'intitulé est souvent trop long. L'adresse mail d'envoi est parfaitement cohérente. Environ un tiers des mails atterrissent en tant que spam. Le mailing est personnalisé.

Lecture

Du vendredi 16 oct à 07:00 au mercredi 21 oct à 07:00

On les aime pour leur look casual, on les collectionne pour leurs couleurs tendances ! Vous êtes fans de chaussures ? Il vous faut des Keds !

[ACCÉDER À LA VENTE](#)



Un appel au clic est présent. En revanche aucune autre information liée aux avantages et aux preuves n'est présente. La redirection est bien pertinente puisqu'on retombe directement sur la vente sans passer par l'accueil du site.

Le mailing est de taille idéale, il présente toujours trois marques, l'attention du lecteur est présente jusqu'à la fin du mail. La redirection vers la page d'accueil du site se fait en cliquant sur le logo privateoutlet.fr. Il n'y a aucune information disponible sur la société.

Ergonomie : généralités et visuels

Du vendredi 23 oct à 07:00 au mercredi 28 oct à 07:00

L'esprit des grandes plaines souffle sur Marlboro Classics : des cuirs sublimes, des chaussures et des accessoires d'une qualité incomparable qui signent la renommée d'une marque mythique.

[Voir la bande annonce](#)

MARLBORO CLASSIC

Du mardi 27 oct à 07:00 au dimanche 01 nov à 07:00

Vous vous rappelez forcément de l'icône Smiley des années 80 ! Le voici décliné sous toutes ses formes sur des t-shirts, eux, très 2009 !

[ACCÉDER À LA VENTE](#)



Organisation du contenu : Les avantages sont très rarement présents. On ne sait jamais quel est le bénéfice de cet événement. Pour chaque marque, il y a bien une incitation au clic. Les mailings respectent tous la même charte graphique. La prévisualisation du mail sans les images est possible. Toutes les informations liées à la vente sont au format texte, seules les images ne sont pas visibles.

Désinscription

Le lien de désinscription est affiché et fonctionne. La désinscription est très rapide et semble être immédiate. Il suffit de cliquer sur le lien du mailing pour nous indiquer que l'on est bien désinscrit de leurs invitations. Cette page est cohérente avec le site. Aucune proposition alternative n'est suggérée, ni la raison de ce désabonnement ainsi que sa confirmation.

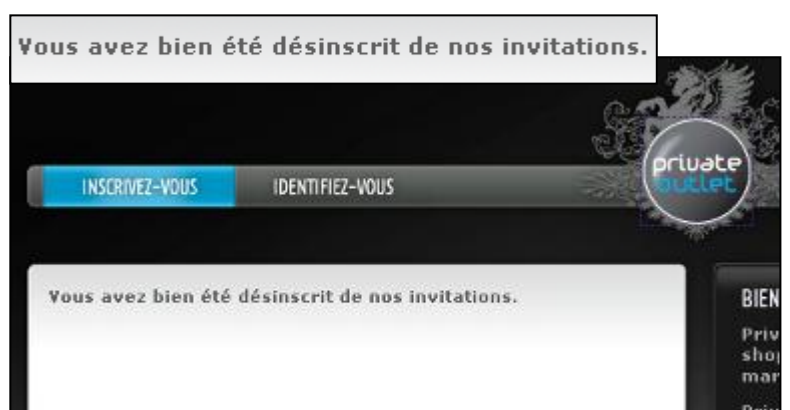
Vous avez bien été désinscrit de nos invitations.

[INSCRIVEZ-VOUS](#) [IDENTIFIEZ-VOUS](#)

private outlet

BIEN
Priv
sho
mar
Priv

Vous avez bien été désinscrit de nos invitations.



Notation des e-mailings de ventes privées :

	24H	BazarChic	Ventes Privées	Chic Dressing	Achat VIP	Espacemax	L'invité des marques	Brandalley	Sur invitation	Private Outlet	Rang
Marketing											
Inscription											
L'inscription fonctionne en double optin	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Le site propose de recevoir des emails de partenaires	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0	0
Le site propose d'indiquer le mail de son parrain	0	0	3	3	0	3	2	0	0	3	3
Facilité/Rapidité la zone d'inscription	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
Clareté des formulaires et des informations demandées	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Possibilité de personnaliser le contenu	3	0	3	0	3	2	1	3	3	0	0
Confirmation d'inscription	3	3	3	0	0	3	2	0	0	0	0
Total	15	12	21	12	11	17	14	12	9	9	
RANG	3	7	1	6	8	2	4	5	9	10	
Désabonnement											
Propose un désabonnement	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Facilité du désabonnement	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
Ergonomie en cohérence avec l'emailing	2	3	3	2	3	0	0	3	3	3	3
Le lien de désabonnement fonctionne t-il	3	3	3	3	3	1	0	3	3	3	3
Demande des motifs du désabonnement	0	0	0	0	2	0	0	3	0	0	0
Demande de confirmation	3	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
Suspension temporaire	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propose une autre offre/alternative	3	3	3	0	3	0	0	3	2	0	0
Total	16	15	14	11	17	7	8	18	13	12	
RANG	3	4	5	8	2	10	9	1	6	7	
Lecture											
Appel au clic	2	2	2	1	0	1	2	2	2	2	2
Favoriser l'action du lecteur	1	0	2	1	0	1	1	1	1	1	1
Avantage et bénéfices mis en avant	3	0	1	3	1	3	2	2	2	2	1
Liens cliquables	3	1	3	3	0	3	3	3	3	3	3
Redirection pertinente	1	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3
Présence d'une interface de contacts	1	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0
Total	11	4	11	9	4	12	13	11	13	10	
RANG	3	8	4	7	9	2	1	5	1	6	
Généralités											
Redirection vers l'accueil du site	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
Fréquence d'envoi	3	0	2	1	1	3	2	2	2	2	3
Objet de l'email (taille, présentation de l'avantage, pertinence avec le contenu, accroche)	2	1	2	2	1	3	1	1	3	2	2
Pertinence du contenu	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3
Qualité de l'adresse mail d'expédition	3	3	1	3	3	3	1	2	3	3	3
Mail directement classé en Spam	2	2	2	3	3	1	3	1	1	1	1
Relance après non ouverture des emails	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Timing (pertinence de l'heure de réception)	2	2	2	1	1	3	1	2	2	2	2
Personnalisation de l'email	0	0	0	0	0	3	0	0	3	3	3
Total	16	14	14	16	15	20	11	14	20	20	
RANG	2	6	6	3	4	1	7	5	1	1	
Ergonomique											
Généralités											
Organisation du contenu (avantages, preuves, bénéfices, incitation à l'action...)	2	1	2	3	0	2	1	2	2	1	1
Prévisualisation de l'email	1	1	1	0	1	1	1	1	2	2	2
Design de l'offre	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1
Total	5	4	5	5	2	5	3	5	6	4	
RANG	2	4	2	2	6	2	5	2	1	3	
Visuels											
Qualité des visuels choisis	3	3	3	3	2	1	2	3	3	2	2
Les visuels s'affichent-ils directement	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Peut-on lire l'email sans les images	1	1	2	3	1	3	0	1	2	3	3
Lien Miroir	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Total	7	7	8	9	6	7	6	7	8	8	
RANG	4	4	2	1	5	3	5	3	2	2	
Total points Marketing	58	45	60	48	47	56	46	55	55	51	
Total points Ergonomie	12	11	13	14	8	12	9	12	14	12	
Total notation de l'emailing	70	56	73	62	55	68	55	67	69	63	

Commentaire des résultats :

Nous avons choisis 5 grands thèmes divisés en sous critères afin de pouvoir comparer via des notations de 0 (très mauvais ou inexistant) à 3 (parfait) : Inscription, désabonnement, généralité marketing, lecture, généralité ergonomique, visuels. Ces notations nous ont permis d'établir un classement pour chaque rubrique et de déterminer les bons et mauvais « élèves » de la newsletter.

Marketing

- **INSCRIPTION**

Les 3 meilleurs mailings en matière d'inscription sont : **Ventes Privées, Espace Max et 24h00**. Ventes privées obtient la meilleur note en ce qui concerne l'inscription. C'est le seul site qui propose un double optin (demande de confirmation d'inscription). L'inscription à ces trois sites est simple et rapide. De plus, les informations demandées sont clairement définies.

Le moins bon mailing en termes d'inscription est **Private Outlet** car il ne propose aucune personnalisation du contenu des emails, aucune offre de partenaires et il ne confirme pas l'inscription par email.

- **DESABONNEMENT**

Les 3 meilleurs mailings en matière de désabonnement sont : **Brandalley, AchatVIP et 24h00**. Le meilleur désabonnement est chez Brandalley car il propose des offres alternatives pertinentes et demande précisément la raison de la désinscription. Achat VIP arrive en deuxième position car il propose un changement de fréquence d'envoi de newsletter et le désabonnement est rapide (24h). Chez 24h00, nous avons aimé la confirmation de désinscription par email.

Le mauvais élève du désabonnement est **EspaceMax**. Il obtient la moins bonne note. On remarque une incohérence de l'ergonomie de la page de désinscription par rapport au reste du site. Le désabonnement n'est effectif qu'après 72 heures et on reçoit toujours des emails des partenaires.

- **LECTURE**

Les 3 meilleurs mailings en matière de lecture sont : **Sur invitation, L'invité des marques et EspaceMax**. L'invité des marques, Sur Invitation et EspaceMax se partagent la 1^{ère} place pour la lecture de l'email. Les points positifs sont : un appel et un encouragement à l'action mis en avant, la précision de la redirection vers les ventes correspondantes aux images ou la redirection à l'accueil du site en cliquant sur le logo.

La mauvaise note appartient à **Achat VIP** du à l'absence d'appel au clic et d'avantage client. Les images regroupent parfois plusieurs marques ce qui peut désorienter les destinataires.

- **GENERALITE**

Les 3 meilleurs mailings pour la catégorie généralités sont : **EspaceMax, Sur invitation et Private Outlet**. Ces trois sites partagent la première place. Nous avons apprécié le degré de personnalisation d'Espacemax (émetteur, email émetteur, résumé des ventes personnalisés) ainsi que la variété des sujets des emails (urgence, promotion, noms de marques). Les newsletters de ces trois sites ont une fréquence adaptée (1 email par jour ou tous les 2 jours) et les adresses email d'envoi sont toujours pertinentes et identifiables. Les emails sont tous envoyés le matin avant 8 heures pour apparaître dès la première consultation.

A l'opposé, **L'invité des marques** à une adresse d'envoi non pertinente, des sujets trop répétitifs, et aucune personnalisation.

Ergonomie

- **GÉNÉRALITÉ**

Les 3 meilleurs mailings en matière d'ergonomie sont : **Sur invitation, Ventes Privées et Chic Dressing**. Sur invitation se situe en première place. Les mails respectent tous la même chartre graphique ce qui permet d'identifier facilement le site. La prévisualisation du mail sans les images est possible. Ventes privées.com et chic dressing respectent toujours une cohérence entre les images et l'offre des produit. L'appel au clic et les avantages sont systématiquement mis en avant.

A l'inverse, les email **d'achat VIP** sont illisibles sans les images et ne donnent aucune information texte valable concernant les ventes aux destinataires. Nous n'avons pas aimé la désorganisation du contenu (trop de marques présentes dans un seul email).

- **VISUELS**

Les meilleurs sites en matière de visuels sont **Chic Dressing, Ventes Privées et Private Outlet**. Les visuels de Chic dressing sont très bien choisis et illustrent bien les produits des ventes correspondantes. Le deuxième est ventesprivées.com, qui propose des emails lisibles sans les images. Les 3 sites proposent un lien miroir en tête.

Le moins bon en ce qui concerne les visuels est **L'invité des marques**. Les visuels ne s'affichent pas directement, ce qui rend l'email est complètement illisible.

Conclusion : Le meilleur e-mailing que nous avons observé est **Ventes Privées**, ce qui n'est pas étonnant puisque le site est leader en ventes privées sur Internet. **24h et Sur invitations** suivent de près avec de très bon scores. En revanche, **Bazar Chic, Achat VIP et L'invité des marques** sont les plus mauvais en matière d'e-mailing.