



# LE DEVENIR DE L'EMAILING

*Comment passer les filtres ?*

*Comment passer à l'e-mailing 2.0 ?*



# CONTENU DE L'INTERVENTION

- *Contexte de l' emailing en 2011*
  - ✓ Bruno Florence
- *Evolution de l' emailing avec Mammout*
  - ✓ Jonhattan Daluz - Inxmail.fr
- *Comment sommes nous passés à l' emailing 2.0 ?*
  - ✓ Bénédicte Andreu – Viapresse
- *Slides disponibles sur [pignonsurmail.com](http://pignonsurmail.com)*

# DU CONSEIL EN EMAIL MARKETING AU CRM MULTICANAL

- *Conseil Emailing*
  - ✓ Diagnostic Emailing
  - ✓ Choix des moyens et outils
  - ✓ Assistance à la réalisation des campagnes
  - ✓ Audit Emailing ("*diagnostic mobile*")
  - ✓ Diagnostic délivrabilité
- *Etudes*
  - ✓ Les outils de gestion de campagne d'Email Marketing
- *Formations : [Email-academy.com](http://Email-academy.com)*







# EMAILING

*Bilan : 39 ans après le 1<sup>er</sup> email (Mars 1972)*



Usage

Spam

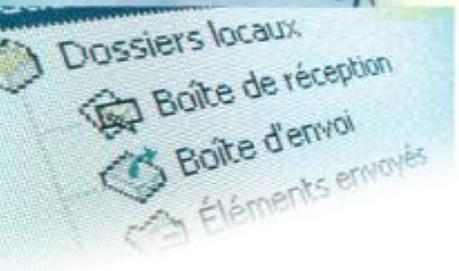
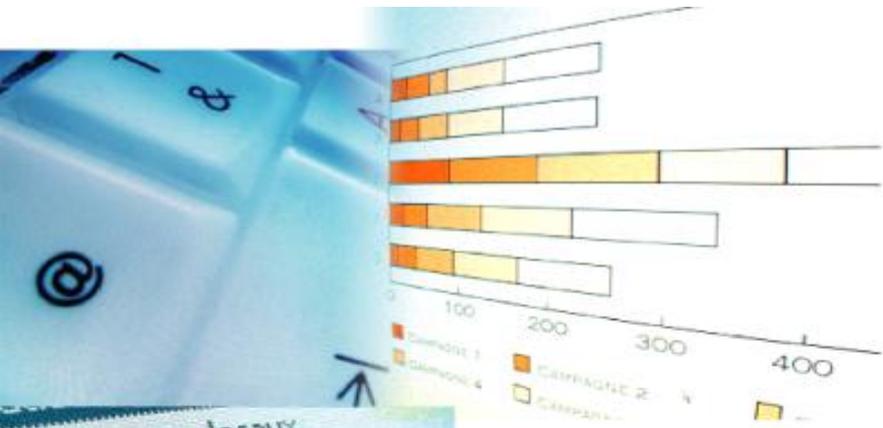
Marketing  
direct

Coût au  
contact

Délivrabilité

Boîtes  
encombrées

Prospection  
décevante



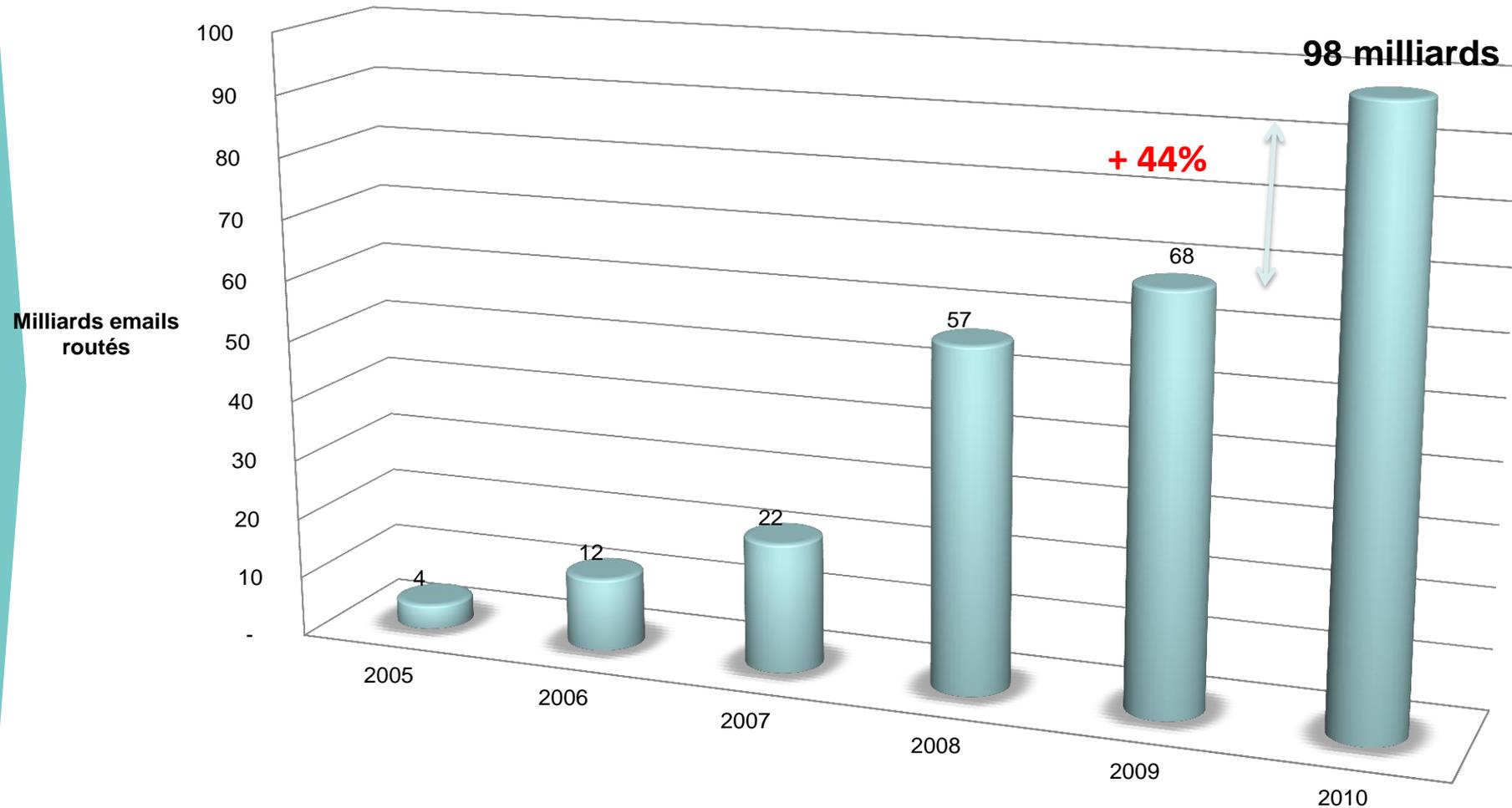
# UNE BOITE AUX LETTRES DE L'INTERNAUTE ENCOMBRÉE





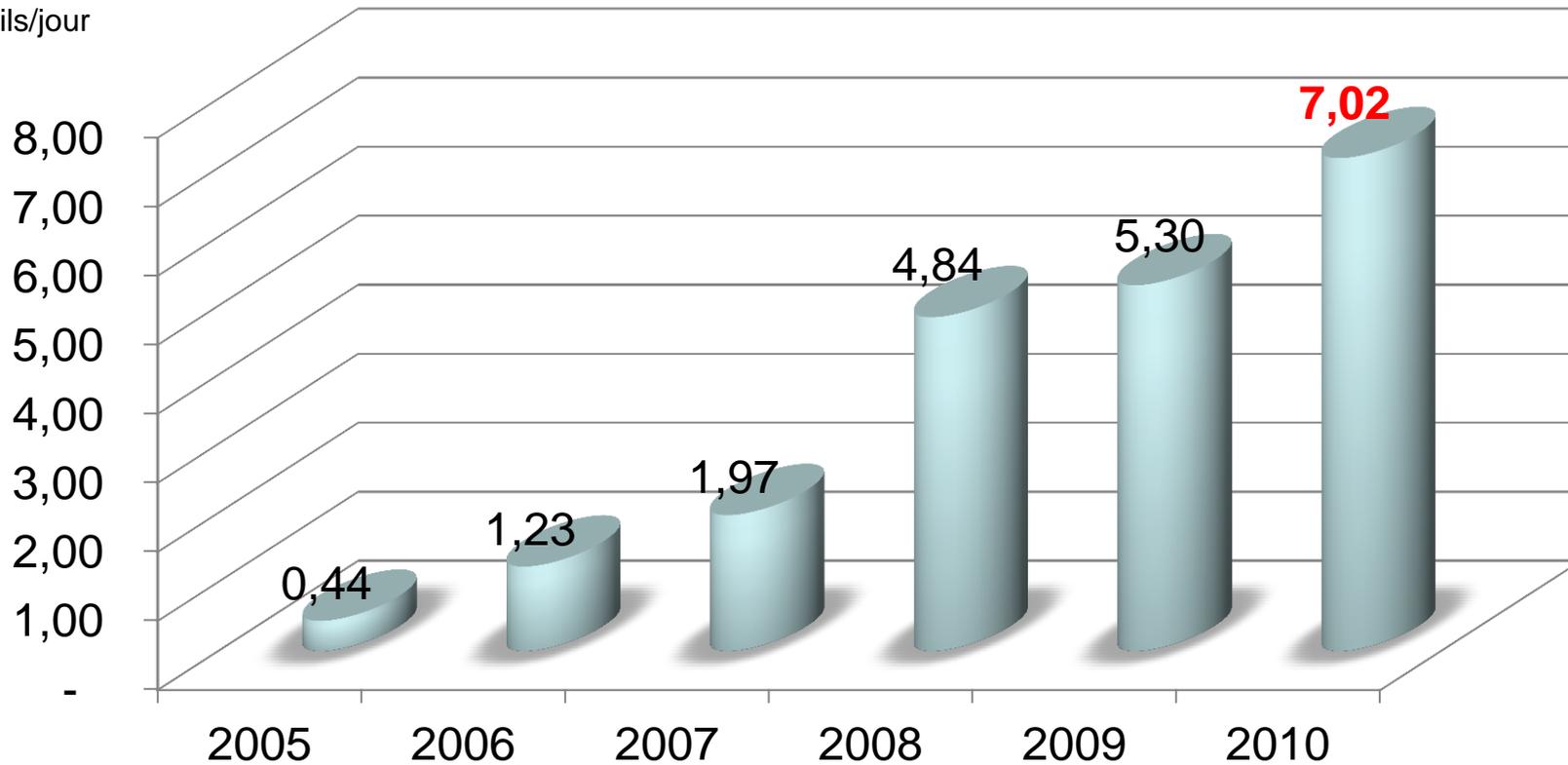


## Evolution du volume d'Emails routés en France

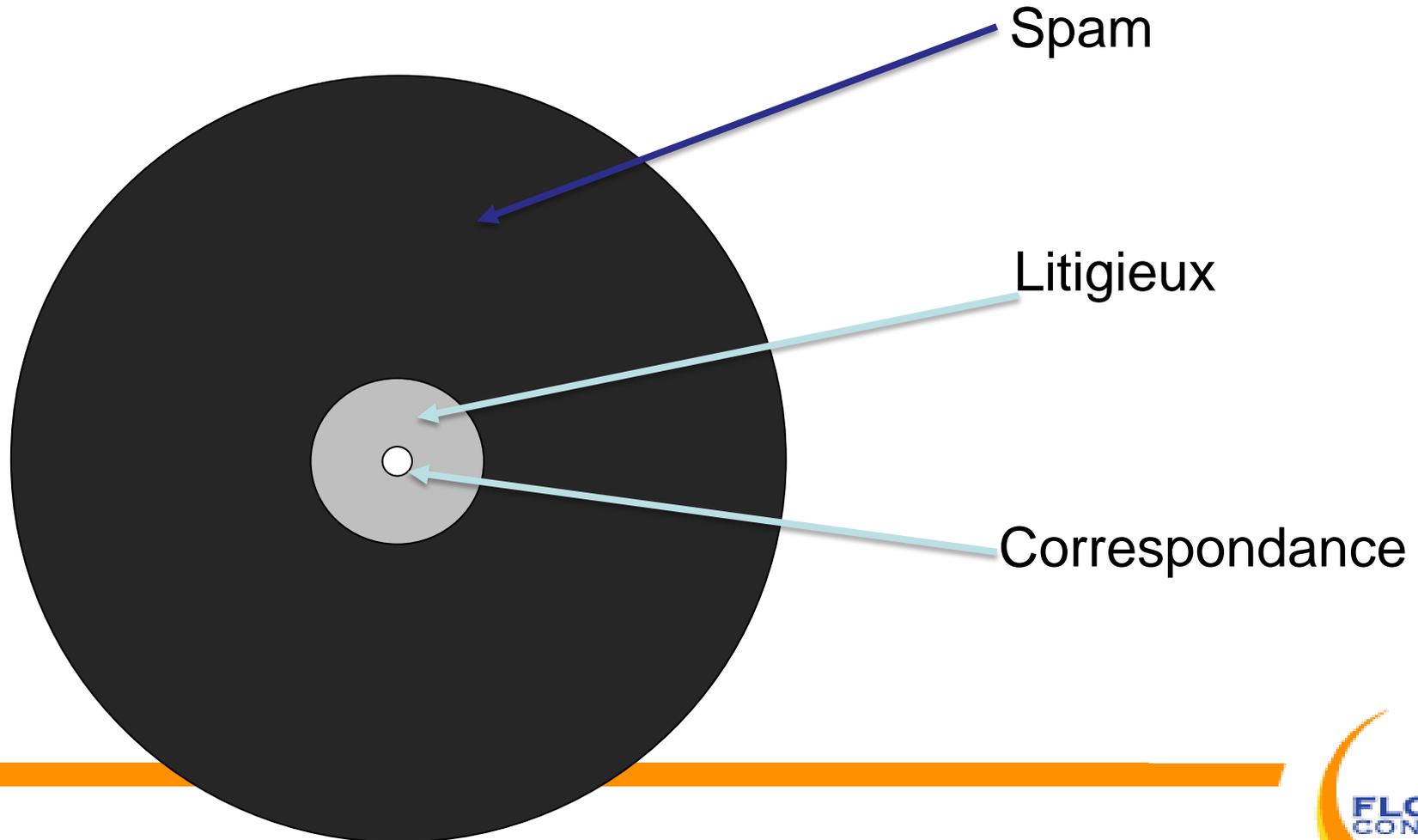


## Nombre email/jour et par internaute

Nombre emails/jour

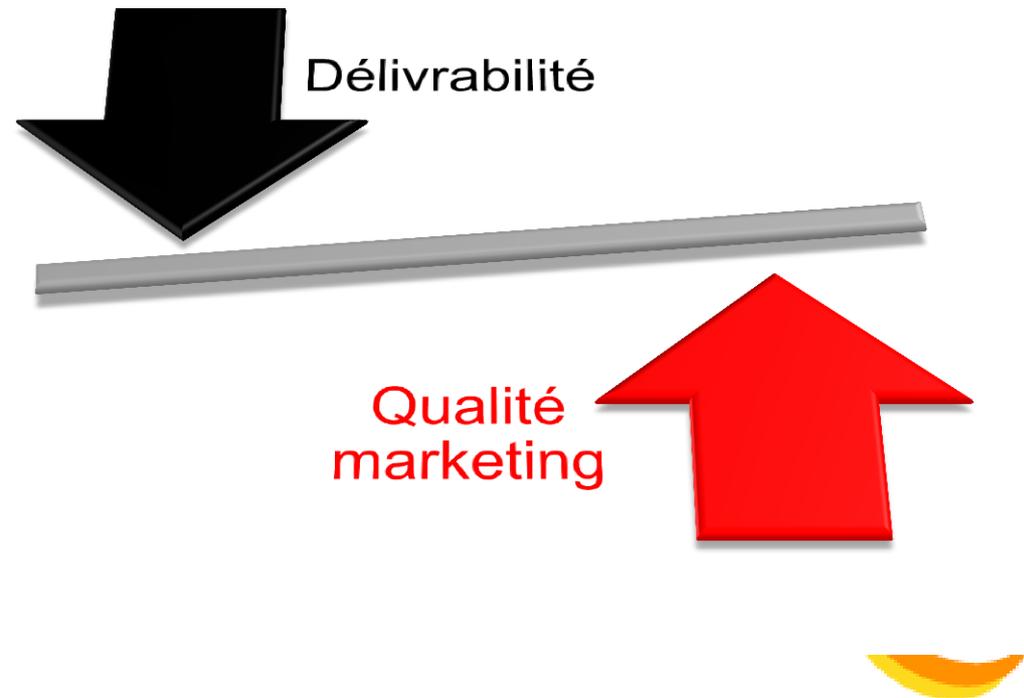


# LE SPAM CHEZ UN GESTIONNAIRE DE BOITES AUX LETTRES

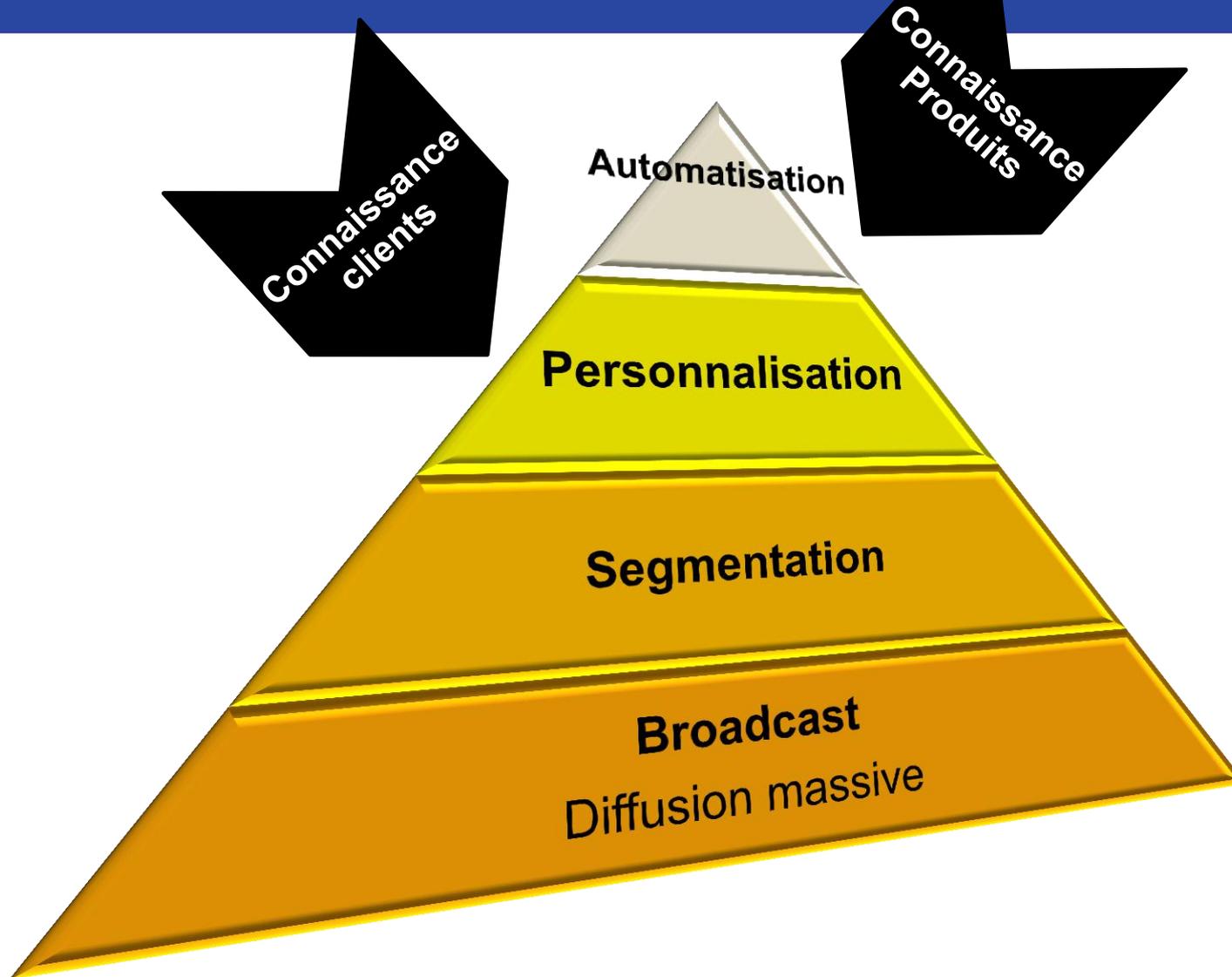


# LA DÉLIVRABILITÉ IMPACTE LES PRATIQUES MARKETING

- Un phénomène du Spam très important.
  - ✓ *Un enjeu de la délivrabilité conséquent*
    - *Outils*
    - *Bases de données*
    - *Campagnes*
    - *Messages*



# UNE SOPHISTICATION PLUS IMPORTANTE



Comment augmenter  
mon "CA emailing"  
sans augmenter  
ma pression  
commerciale ?

**Comment traiter  
un contact inactif  
après 20  
campagnes?**

La Redoute Femme [laredoute@fr...  
bflorence@florenceconsultant.com  
Objet : Suite à votre visite...

Date : mar. 30/03/2010 05:12

3suisses.fr  
Femme Homme Enfant Maison High Tech Loisirs Marques Promos

Bruno, si vous ne  
Pour être sûr(e) de recevoir  
**LA REDOUTE** 100%  
Mon N° de client : 547222547

### Franchement ! Bruno Florence



...allez-vous rester  
aux abonnés absents ?

Souhaitez-vous toujours recevoir  
la newsletter 3 Suisses ?

**OUI** c'est reparti pour un tour !  
Je visite 3suisses.fr

**OUI** mais à une autre adresse email.  
Je modifie mon compte

**NON** je préfère me désabonner.  
Je me désabonne

Trouvez plus vite  
vos articles  
**FEMME**

- Catégories
- > Pull
  - > Gilet
  - > T-shirt, top
  - > Chemise
  - > Robe
  - > Jupe
  - > Pantalon
  - > Pantacourt
  - > Jean



Elle est pas belle

Non de vingt caractères, profitez de ce mail pour nous faire signe !

Juste un petit clic... une réponse via les boutons ci-dessous, histoire de nous rassurer sur votre intérêt pour nos newsletters !

La meilleure occasion d'y redécouvrir :

- Nos sélections **MODE Homme** tendance,
- Nos **BASICS** indispensables
- Nos **MARQUES** incontournables
- Nos produits **HIGH-TECH**

Et maintenant, souhaitez-vous toujours recevoir nos newsletters ?

**OUI** c'est reparti pour un tour !

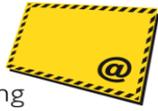
**OUI** mais à une autre adresse email.

**NON** je préfère me désabonner.



ce lien  
met d'adresses  
nt,  
ements  
chaussures  
nt sur [laredoute.fr](http://laredoute.fr) !  
anteaux, robes, jeans,  
es et à tous les prix !  
rnières tendances ou  
on, n'hésitez pas à utiliser  
us trouverez, en un clin d'œil,  
gilet que vous désirez tant.





## B-e-commerce 2011 – Porte de Versailles

« Pour ne pas être pris dans les ne pas se jeter dedans »

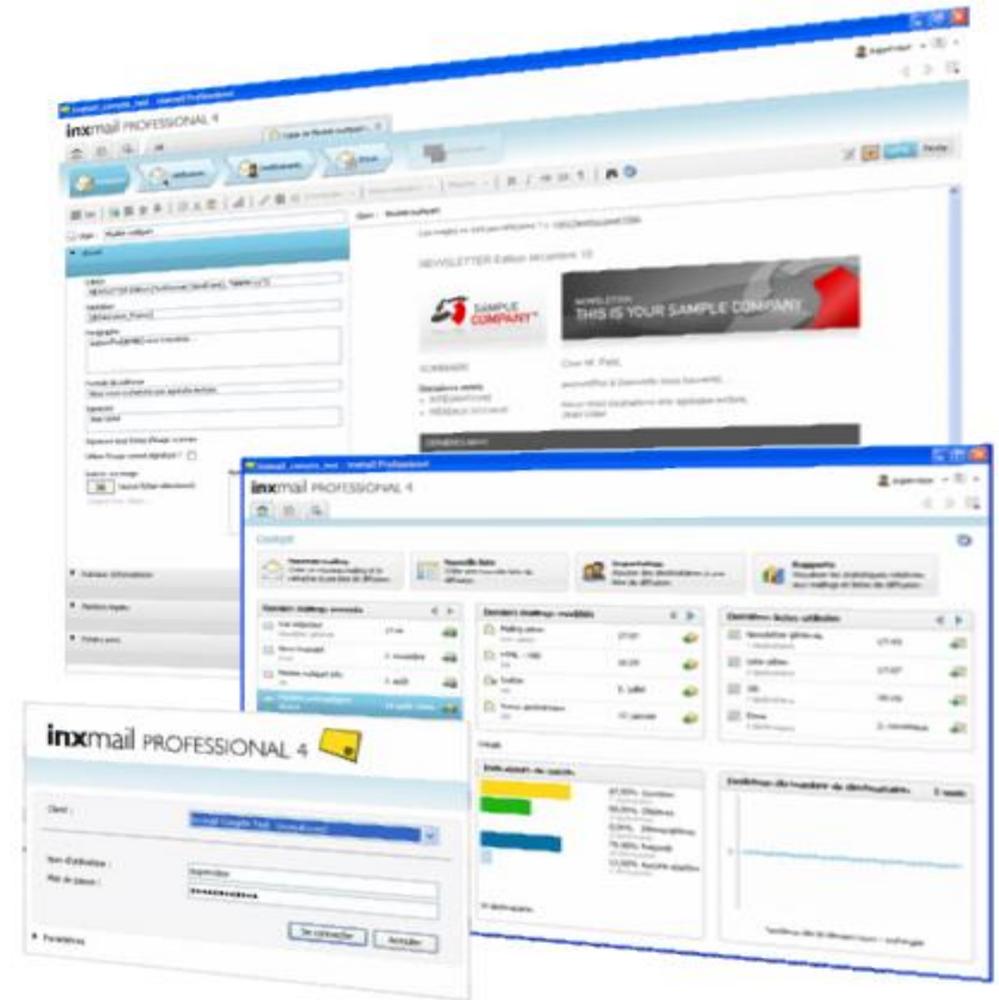


**MAMMUT**





- Ergonomie de l'interface
- Richesse fonctionnelle
- Workflows intuitifs



# Intégrations existantes



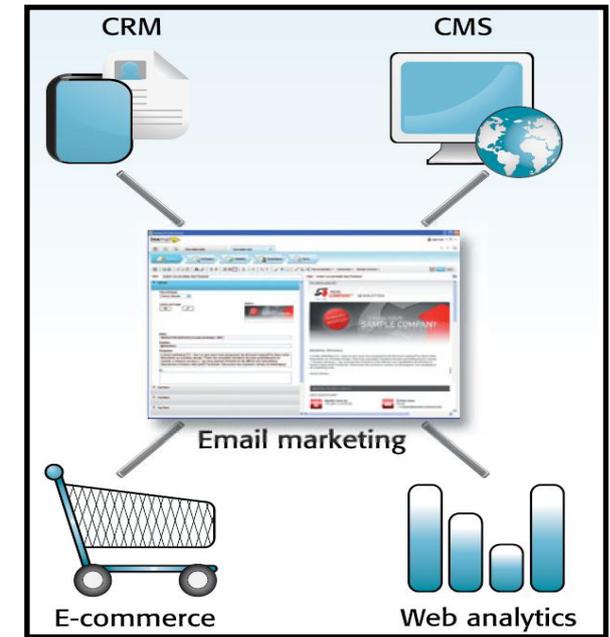
## CMS



## CRM



## E-Commerce



## Web Analytics

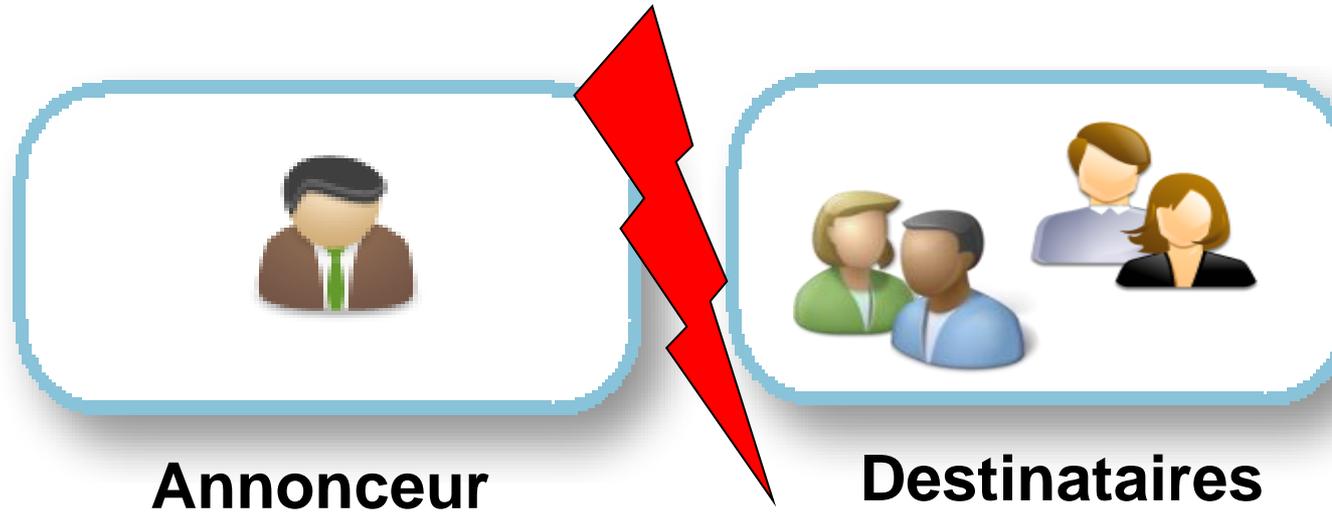


# Ils nous font confiance...



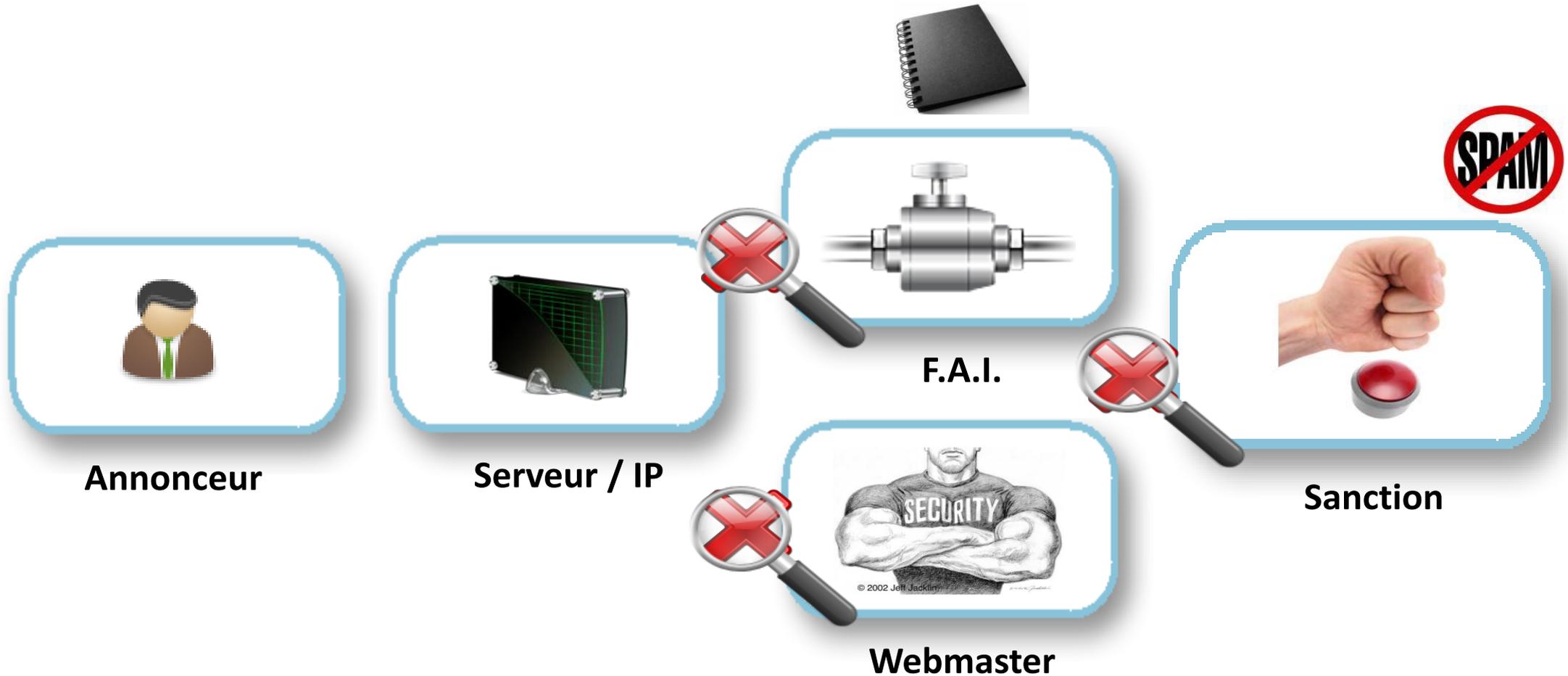
- Plus de 1000 clients qui s'engagent pour un email marketing de permission :





**Annonceur**

**Destinataires**



# Le cas Mammüt



Suisse Français Recherche de revendeurs Produits ou thèmes Chercher

PRODUITS ABSOLUTE ALPINE KNOW HOW SERVICES SOCIÉTÉ MAMMÜTBASECAMP

VÊTEMENTS | CHAUSSURES | CORDES | EQUIPEMENT D'ÉSCALADE | SÉCURITÉ D'AVALANCHE  
SACS À DOS | SACS DE COUCHAGES ET MATELAS | LAMPES FRONTALES | RECHERCHER PAR ACTIVITÉ

MES FAVORIS  
VUS EN DERNIER

CONTENU = EVENEMENTS

Participez dès maintenant !  
Créez votre montagne virtuelle et postez votre candidature en ligne pour le Mammüt Peak Project!

Mammüt Alpine School  
Partagez notre fascination pour les sports de montagne et rejoignez-nous pour la prochaine excursion !

es sur

Mittagstom - Photo: Thomas Ulrich

Fondé en Suisse en 1862  
Conception, fabrication et distribution de produits outdoor  
230 employés – Filiales en Europe et aux USA

flickr de YAHOO!

MAMMÜT SPORTS GROUP Contact Plan du site Mentions légales Offres d'emploi Presse Lettre d'information

MULTIPLICATEURS  
= RESEAUX SOCIAUX





deutsch | english

TEST EVENT 2008

TEST EVENT 2007

BLOG

REGISTRATION

BOOKMARK

Rotstock  
2663

Genferpfiler  
3066

Westflanke Eiger  
3970

NEXT TEST EVENT IN

00 00 00  
HRS MIN SEC

## The 1st Alpine Underwear test with 200 human guinea pigs



Mammut Test Event Newsletter 2009

Register Now



# Déroulement des campagnes Testevent (2008)



Du bist eine Auserwählte!

Es fiel mir sehr schwer unter den hunderten von Anmeldungen die passendsten herauszufiltern. Doch DU hast es geschafft! Du bist mir womöglich durch einen kreativen Beitrag im Blog aufgefallen, hast einen wertvollen Input per Email geliefert oder bist mir sonst positiv in Erinnerung geblieben.

Schon bald werde ich Dir mitteilen können, wo das Fotoshooting stattfinden wird, und wo wir übernachten werden. Folgendes kann ich Dir aber bereits verraten: Du wirst, zusammen mit 200 anderen Mammut, auf einem Gletscher posieren, und nur in Technical Underwear bekleidet (Ganzkörper Underwear, keine Nacktaufnahmen), abgelichtet werden.

Wir werden uns also im alpinen Gelände bewegen! Es ist daher zwingend notwendig, dass Du bergtaugliche Schuhe (wenn möglich Bergschuhe und sonst Wanderschuh) und warme, wetterfeste Kleidung mitbringst - am besten natürlich solche von Mammut... :-)

Übernachtet wird nicht in alpiner Höhe, aber dennoch in Gipfelerschwebe. Ein warmer Schlafsack ist deshalb ebenso nötig, wie ein Zelt, falls es wider erwarten kurz regnen sollte. Dein Dusch-Gel kannst Du dafür zu Hause lassen... :-)

Das Fotoshooting wird am Sonntag stattfinden, die Workshops und all unsere anderen gestarten Aktivitäten (Gute Ideen sind nach wie vor willkommen!) am Samstag Nachmittag/Abend in unserem "Base-Camp".

Bitte reserviere Dir sowohl den **17./18. Mai** als **AUCH** das Verschiebedatum am **24./25. Mai**.



15/03/2008:  
• Microsite, référencement



Mise à jour hebdomadaire:  
• Newsletter + Quizz



24/05/2008:  
• Happening Testevent

# Microsite

MAMMUTBASECAMP

Search

Search

150 YEARS

TESTEVENT

BLOG

TEAMTRIP

FORUM

IPHONE APPS

MAMMUT.CH

LOGIN

REGISTER

WORLD RANKINGS

## World rankings

| RANK  | COUNTRY       | MOUNTAINS' NAME    | SUPPORTER |
|-------|---------------|--------------------|-----------|
| 1.    | AUSTRALIA     | Mt Kosciuszko      | 1100      |
| 2.    | ITALY         | akai peak          | 950       |
| 3.    | CANADA        | Assiniboine        | 526       |
| 4.    | ITALY         | Koenig Spitze 3851 | 351       |
| 5.    | SWITZERLAND   | PEAK ATCHOU        | 340       |
| 2247. | CROATIA (...) | nijeznica          | 2         |
| 2248. | CHINA         | China-Volecen      | 2         |
| 2249. | SERBIA        | Do                 | 2         |
| 2250. | GERMANY       | fire               | 2         |
| 2251. | GERMANY       | Mount David        | 2         |
| 2252. | POLAND        | nazury             | 2         |
| 2253. | ITALY         | LionDen            | 1         |
| 2254. | AUSTRIA       | The black stone    | 1         |
| 2255. | FINLAND       | Timppa             | 1         |



MAMMUT SPORTS GROUP



Legal Notice



# Formulaire intelligent

## Registration

Please complete all the fields  
your friend's mountain grow e

Your Mammot Basecamp ba

lalpiniste

lalpiniste@yahoo.fr

I accept the conditions for  
and data protection

Double opt-in

## Registration

150 peaks, that also means 150 diff  
specify here the toughest mountain  
sports you practise.

Your toughest tour so far?

Aiguille verte

Your mountain sports:

- hiking  mountain climbing  
 mountain  sport

Segmenter

## Registration

Step: Choice of photo

The photo you select now will be displayed as part of your friend's mountain.  
Simply upload a photo from your computer or take one with your webcam.



Upload photo

Your photo should be in jpg, png  
or gif format and be no more  
than 1 MB.

SELECT PHOTO

Take photo

Take a photo via webcam, simply  
click on Activate webcam.

ACTIVATE WEBCAM

Qualifier

Engager

Demande de permission - Mozilla Firefox

http://www.facebook.com/connect/uiserver.php?app\_id=146693975367783&method=permissions.request&display=popup&ne

Demande de permission

thepeakproject demande une autorisation pour effectuer l'action suivante :

-  **Accéder à mes informations générales**  
Inclus le nom, la photo de profil, le genre, les réseaux, l'identité de l'utilisateur, la liste d'amis et toutes autres informations que j'ai partagées avec tous.
-  **M'envoyer des messages électroniques**  
thepeakproject peut entrer en contact avec moi par courriel à l'adresse jojonhattan@yahoo.fr · Modifier
-  **Publier sur mon babillard**  
thepeakproject peut publier des messages de statut, des articles, des photos et des vidéos sur mon babillard
-  **Accéder à mes photos et vidéos**  
Photos que j'ai téléversées et Photos et vidéos de moi

Signaler l'application

Connexion en tant que Jonhattan da Luz (Ce n'est pas vous?)

Autoriser Ne pas autoriser

thepeakproject

# Réseau: Facebook

46 023

personnes aiment ça.

facebook

Recherche



## Babillard

Infos

150 Years

Photos (847)

iPhone Apps

Wallpapers

Mammut

YouTube

Évènements

## À propos de

Mammut creates premium products, ranging from outdoor to alpine, for walkin...

More

46 023

personnes aiment ça.

Pages aimées Afficher tout



Stephan Siegrist



European Outdoor Film Tour (E.O.F.T.)



Mammut Headoffice



Mammut Alpine School

## Mammut

Équipement d'extérieur/Articles de sport



## Babillard

Mammut · Top Posts

Publier : Publication Photo Lien Vidéo

Écrivez quelque chose...



### Mammut

Enjoy the nice weather this weekend on Monday you have to work hard again! Invite as many supporters as possible in 24 hrs and win this time one of five Mammut Tripod 2 helmets.



### 150 years of Mammut - Invite as many supporters as you can and win!

basecamp.mammut.ch

This is your chance! On April 4th 2011, invite again as many supporters as you can from 00:01 to 23:59 to your mountain and win this time one of five Mammut Tripod 2 helmets.

Hier à 09:59 · J'aime · Commenter · Partager

24 personnes aiment ça.

Écrire un commentaire...



### Mammut

New goals for Mammut Alpine School. We'd like to offer space travel in future!



### Mammut Alpine School set to offer space travel

basecamp.mammut.ch

Mammut is looking ahead and keen to pursue ambitious goals: The Mammut Alpine School is seeking to become the first mountaineering training body to offer tours of the mountains of Mars. The new challenge facing alpinists of the future is the Red Planet's Olympus Mons, which is 26.4 km in height.

vendredi à 08:50 · J'aime · Commenter · Partager

39 personnes aiment ça.

Afficher les 12 commentaires



PeakHunter.com Just don't forget to log it.

vendredi à 21:14 · J'aime · 1 personne

2 627 photos

flickr von YAHOO!

Startseite Die Tour Registrieren Entdecken Hochladen

hobmeierdaniel Alben

### Mammut Testevent

Thumbnails Detail Commentaires

50 Fotos | 9-mal angesehen  
Elemente sind vom 26. Mai 2008

Feed – Album "Mammut Testevent" abonnieren

Sie Anmelden Kostenlosen Account einrichten  
Entdecken Places | Letzte 7 Tage | Dieser Monat | Beliebte Tags | Die Commons | Creative Commons | Suchen  
Hilfe Community-Richtlinien | Hilfeforum | FAQ | Sitemap | Hilfe

Flickr Blog | Über Flickr | Jobs | Nutzungsbedingungen | Datenschutz | Über unsere Anzeigen | Copyright Richtlinien | Yahoo! Safety | Missbrauch melden

KR de YAHOO!

La visite Inscription Explorer Importer

Vous n'êtes pas connecté Connexion Aide

Rechercher

Diaporama

### Galerie de photos de mammutphoto

Classes Albums Expos Tags Personnes Carte Archives Favoris Profil

**Mammut Testevent Pure Ascent**

Tous droits réservés  
Ajoutée le 26 mar 2010  
0 commentaire

**Mammut Testevent Pure Ascent**

Tous droits réservés  
Ajoutée le 26 mar 2010  
0 commentaire

**Mammut Testevent Pure Ascent**

Tous droits réservés  
Ajoutée le 26 mar 2010  
0 commentaire

**Mammut Testevent Pure Ascent**

Tous droits réservés  
Ajoutée le 26 mar 2010  
0 commentaire

**Mammut Testevent Pure Ascent**

Tous droits réservés  
Ajoutée le 26 mar 2010  
0 commentaire

**Mammut Testevent Pure Ascent**

Tous droits réservés  
Ajoutée le 26 mar 2010  
0 commentaire

YouTube – «Making of» Mammut Testevent: Let's go high!

File Edit View History Bookmarks Window Help

http://www.youtube.com/watch?v=kVYx6QB7hQ

Sign Up | QuickList (0) | Help | Log In | Site:

Home Videos Channels Community

Upload

### «Making of» Mammut Testevent: Let's go high!



Rate: ★★★★★ 2 ratings Views: 1,948

Share Favorite Playlists Flag

MySpace Facebook Digg (more share options)

From: **michimammut**  
Joined: 1 month ago  
Videos: 1 [Subscribe](#)

Added: **March 01, 2008** ([More info](#))  
«Making of» Video from the Mammut testevent Win...

Embed [Customize](#)  
<object width="425" height="355"><param name="movie" value="h

► **More From: michimammut**

▼ **Related Videos**

- Mammut Extreme**  
01:11 From: Mauchli2  
Views: 7,720
- Mammut climbing movie**  
05:03 From: szwaan1je  
Views: 6,786
- Mammut 2008**  
02:27 From: Chrissz88  
Views: 596
- Tiesto's In Search Of Sunrise 6 Ibiza**  
08:23 From: darkhawk7or  
Views: 54,995
- Nicollette Sheridan in "Deceptions" (1990)**  
06:39 From: cravens009

# Newsletter: fideliser

Mammut Testevent 2008 - Message (HTML)

Message

Reply Forward  
Respond

File In Folder  
SpeedFiler

Mammut 2.0  
Mammut  
Mammut Softshell

Delete  
Actions

Junk E-mail

Categorize  
Follow Up  
Mark as Unread  
Options

Find

From: michi@testevent.ch Sent: Mo 17.03.2008 10:34  
To: Philippe Surber  
Cc:  
Subject: Mammut Testevent 2008

Pulse weiterempfehlen

If this E-Mail is not being displayed correctly, please click [here](#).

 MAMMUT

## Mammut Testevent 2008



Stay focused! Qualifying is about to start.  
What have you got to offer?

Take Part Now

DEREGISTER INVITE YOUR FRIENDS

© Mammut Sports Group



## Mammut Peak Project



Mammut a 150 ans:

Invite un maximum de supporters et remporte la mise

Cher Jonhattan da Luz

Ne laisse pas passer ta chance ! Le 4 avril 2011 de 00 h 01 à 23 h 59, invite de nouveau un maximum de supporters sur [ta montagne](#) et gagne cette fois-ci l'un des 5 Mammut Tripod 2 en jeu.



## Pour des sorties sans risque avec l'application Mammut Safety App améliorée

Cher Jonhattan da Luz

Les descentes dans la poudreuse procurent certes de bonnes doses d'endorphine, mais elles comportent systématiquement des risques. L'objectif numéro un de Mammut consiste à prévenir les accidents et à faire en sorte que les victimes soient secourues le plus rapidement possible. Nous commercialisons l'application Safety App améliorée à temps pour la saison des randonnées de printemps, afin que les passionnés puissent préparer minutieusement leur expédition chez eux et minimiser les risques. L'application Safety App encore plus complète est téléchargeable dès à présent. Parmi les grandes nouveautés : un évaluateur de risque, qui se base sur les principaux facteurs de risques tels que le niveau de danger, l'exposition et l'inclinaison de la pente, ainsi qu'un bouton SOS qui permet d'envoyer sa position géographique par SMS. Parmi les fonctions de base déjà connues, citons entre autres un clinomètre pour mesurer l'inclinaison de la pente, une boussole pour déterminer l'orientation de la pente, ainsi qu'un altimètre. Par ailleurs, l'application propose des liens vers les principaux bulletins d'alerte avalanche du monde entier.

**Téléchargez gratuitement l'application dès maintenant !**



MAMMUT



## Légères, souples et robustes Mammut pour les alpinistes

Cher Jonhattan da Luz

Vous ne trouverez pas mieux pour vous hisser sur les sommets. Ces vestes s'adressent aux amateurs et aux professionnels, mais aussi à ceux qui veulent, malgré sa légèreté, encaisser une chute sans se faire mal. C'est la collection harnais de Mammut. Enfin, vous avez aussi des sacs à dos pour bien entretenir sa corde ?

Vous pourrez obtenir les réponses à toutes ces questions dans la salle d'escalade la plus proche de chez vous ou dans des salles d'escalade sélectionnées en Allemagne. Toutes les coutures nos cordes, harnais et systèmes de grimpeur pro Pesche Wüthrich ou de l'un ou l'autre. Regardez la vidéo du Test&Feel Tour 2011!



MAMMUT



## Des matières recyclées pour les sacs à dos Mammut

Les premiers flocons sont à peine tombés que déjà l'euphorie marque le retour de la saison du freeride et des randonnées. Procurent assurément des sensations uniques, mais on ne s'arrête pas là. Cette conscience à l'égard de l'environnement met au cœur de nos préoccupations, mais aussi la fabrication de ses équipements. Mammut utilise une partie de sa nouvelle gamme de sacs à dos hiver 2010/2011. Les propriétés fonctionnelles habituelles, préserve également l'environnement.

Quels sont les avantages de cette nouvelle matière synthétique ?



Le Cyclepet utilisé est élaboré à partir de copeaux de PET recyclés et réutilisés. À titre de comparaison avec les matières premières...



MAMMUT



## Avec les lampes frontales Mammut, l'obscurité ne sera plus qu'un lointain souvenir

Cher Jonhattan da Luz

L'hiver approche. Les journées raccourcissent peu à peu et, inévitablement, les nuits sont de plus en plus longues. Pour autant, nous ne vous abandonnerons pas dans le noir. Les lampes frontales Mammut, dotées de la technologie Lucido, assurent un éclairage puissant dans toutes les conditions. Équipées d'un système d'éclairage astucieux, elles proposent différentes puissances adaptées à chaque situation. Comparez les lampes frontales Mammut pour choisir celle qui répond le mieux à vos besoins. Voici une sélection de lampes frontales issues de notre gamme.

Partager

Mammut News

# Résultats campagnes Mammuto

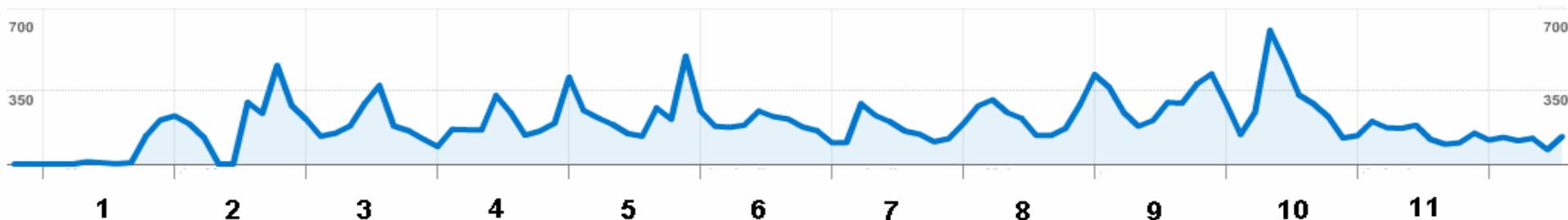


En 3 mois

- 20 000 visites additionnelles, dont 7 000 récurrentes
- PageRank 5 pour microsite
- Taux actuels de la newsletter
  - **80% d'ouverture**
  - **60% de taux de clics**

**80%**

**8 000  
leads**



Accès au microsite / semaine

**Base hautement qualifiée = fans, ambassadeurs, clients**





**Annonceur**



**Destinataires**

# Tendances



Annonceur



**Merci!**



**[jonhattan.daluz@inxmail.fr](mailto:jonhattan.daluz@inxmail.fr)**

**<http://www.inxmail.fr/newsletter>**



# Comment passer à l'E-mailing 2.0



1. A propos de Viapresse
2. Problématiques et Objectifs
3. Life Cycle Management
4. Résultats
5. Perspectives





**Viapresse.com**  
300 000 VU/mois



Gestion de Sites d'éditeurs en marque blanche



**viapresse.com**  
+ de 4000 magazines à offrir ou à s'offrir  
**La garantie des prix les plus bas !**

- N°1 de l'abonnement sur internet
- 300 000 abonnements actifs
- 4000 titres référencés au numéro
- 1000 offres d'abonnement
- 10 M€ de CA
- De multiples canaux de vente



**Sites partenaires**  
marque blanche ou co-branding



**3 SUISSES.fr**



**BtoB**  
(CE, grands comptes)  
Force de vente off line

1. A propos de Viapresse

2. Problématiques et Objectifs

3. Life Cycle Management

1. Résultats

2. Perspectives



- Passer du mass mailing à un life cycle management
  - Adapter notre communication en fonction du comportement et du cycle de vie client
    - Afin de créer un dialogue one-to-one et d'améliorer la **fidélité** de nos clients
    - Et d'améliorer **nos KPI** (TDO, TDC, **CA**, et assurer une meilleure **délivrabilité**)
    - Collecter des **informations stratégiques** qui seront utilisées dans des communications futures
  - Adapter notre offre au type d'abonnement souscrit
    - Format Papier
    - Format Numérique
    - Couplages
  - Adapter le message et l'offre au type de clients
    - Abonnés
    - Donateurs d'abonnement cadeau
    - Bénéficiaires d'abonnement cadeau
  - Adapter le message et l'offre au Magazine
    - 4000 titres

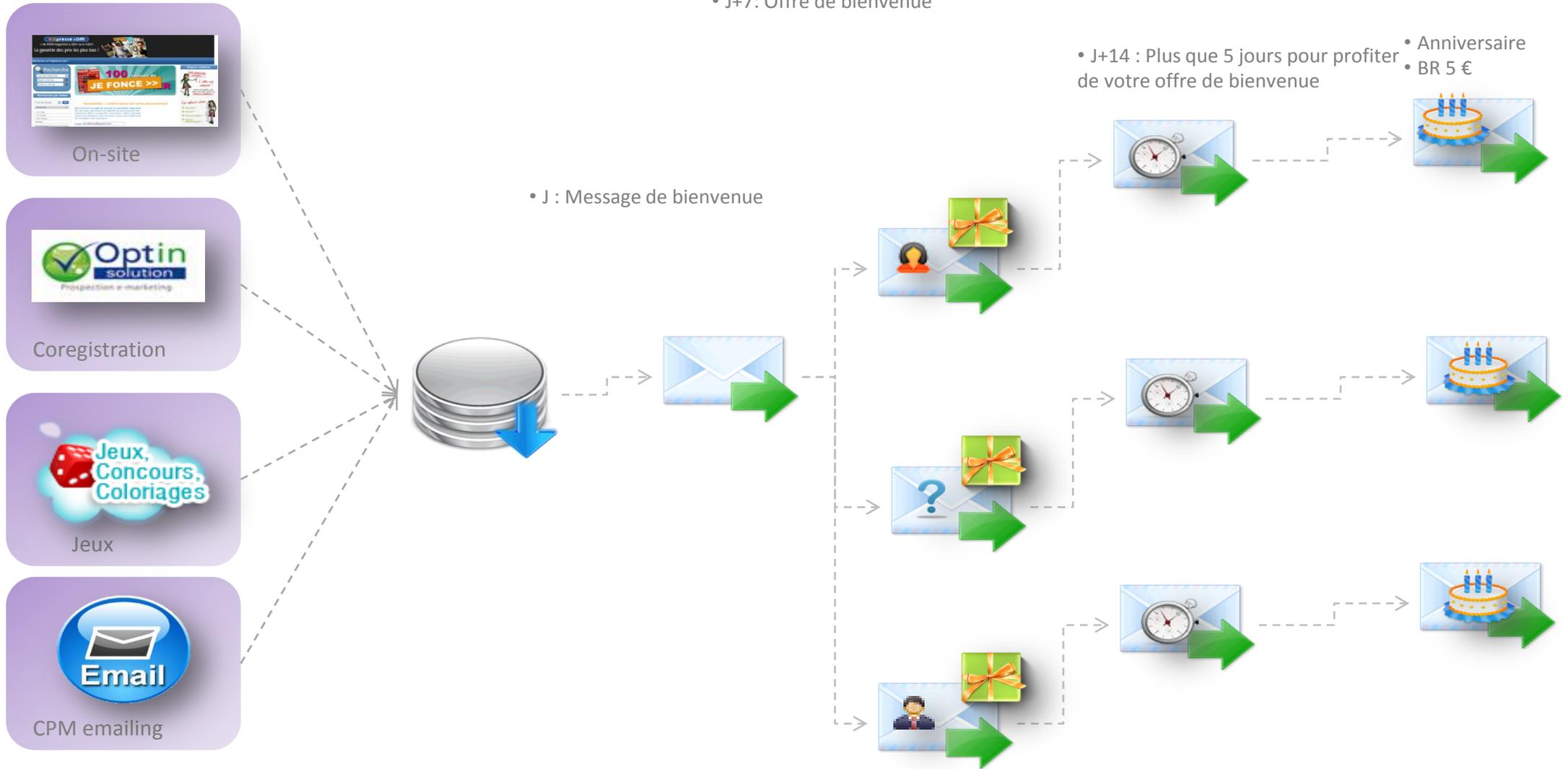


1. A propos de Viapresse
2. Problématiques et Objectifs
3. Life Cycle Management
4. Résultats
5. Perspectives





➤ Adapter notre communication en fonction du cycle de vie client



➤ Créer une communication one-to-one dès l'inscription aux newsletters

viapresse.com

+ de 4000 magazines à offrir ou à s'offrir

La garantie des prix les plus bas !



Bonjour Benedicte,

Bienvenue parmi nos abonnés fans de presse !

Nous avons bien enregistré votre demande d'inscription à notre newsletter et vous remercions de l'intérêt que vous portez à notre site.

Vous recevrez très prochainement :

- Des **offres personnalisées** : promotions limitées, avant-premières, conseils...
- Les actualités de nos magazines, les **nouveautés** ainsi que nos meilleures ventes !

Et n'oubliez pas : Viapresse vous rembourse **3 fois** la différence si vous trouvez moins cher ailleurs.

Merci de votre confiance et à très bientôt sur [www.viapresse.com](http://www.viapresse.com).

L'Équipe Viapresse

[Je découvre Viapresse.com](#)



Plus de 4000 magazines



Garantie des prix les plus bas



Paiement sécurisé



Satisfait ou remboursé

viapresse.com

+ de 4000 magazines à offrir ou à s'offrir



Nous vous garantissons le meilleur prix



Nous vous remboursons la différence



Votre abonnement vous suit partout



Vous suivez votre compte en ligne

Bonjour Bénédicte Andreu,

Nous avons le plaisir de vous offrir un chèque de 5€ de bienvenue valable sur l'abonnement de votre choix !

Et n'oubliez pas : Viapresse vous rembourse 3 fois la différence si vous trouvez moins cher ailleurs.

Merci de votre confiance et à très bientôt sur [www.viapresse.com](http://www.viapresse.com).

L'Équipe Viapresse



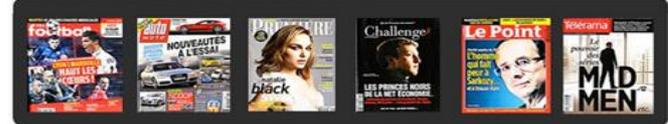
[Vite, j'en profite !](#)

### Nos lectrices ont aimé



Presse Actualités Presse Féminine Presse Jeunesse Presse People Tous les titres >>

### Nos lecteurs ont aimé



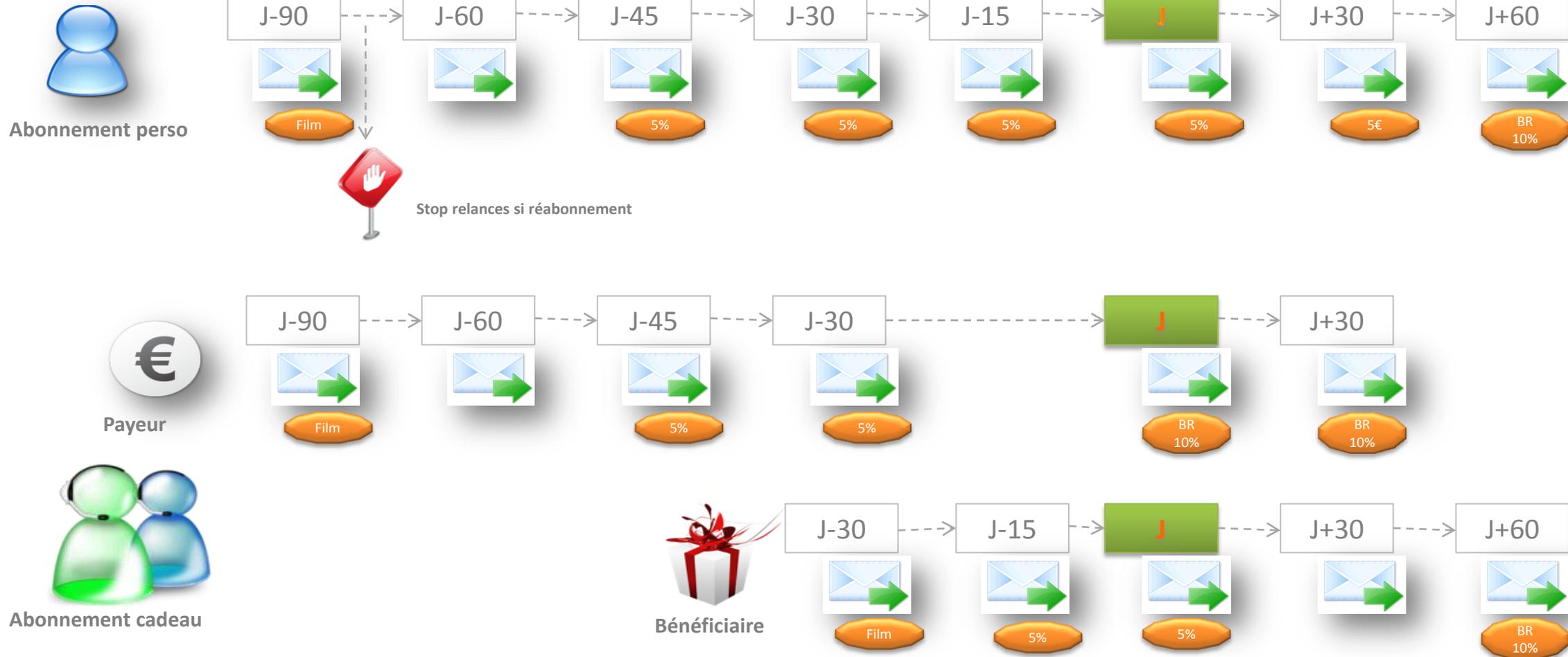
Presse Actualités Presse Sports Presse Masculine Presse Culture Tous les titres >>

### Le box office de nos lecteurs



Presse Actualités Presse Bien vivre Presse Culture Presse Jeunesse Tous les titres >>

➤ Mails de bienvenue personnalisés et adaptés à la civilité



➤ Une succession d'offres selon une rythmique précisément testée

viapresse.com

Renouvelez votre abonnement au magazine ELLE.  
En cadeau, pour vous, un film à télécharger.



viapresse.com

Attention ! Votre abonnement se termine dans 2 mois.  
Ne prenez pas le risque de manquer un numéro.

viapresse.com

Bonjour Benedicte Andreu,

Bonjour Benedicte Andreu,

Votre abonnement à ELLE se termine bientôt.  
Pour ne manquer aucun numéro de votre hebdomadaire, réservez et téléchargez gratuitement le film de votre choix.

Fidèle abonné du magazine ELLE, vous avez apprécié nos contenus. Votre abonnement se termine bientôt.

Merci de votre fidélité et bon film !

Pour ne manquer aucun numéro et continuer à bénéficier de nos contenus, réabonnez-vous maintenant.

Merci de votre fidélité,

Ne manquez pas notre offre.

viapresse.com

Bonjour Benedicte Andreu,

Votre abonnement à ELLE se termine le mois prochain. Profitez dès aujourd'hui de notre offre.

Il est encore temps de vous réabonner et de bénéficier d'une réduction supplémentaire et exceptionnelle !

*Aurélien Vincent*  
Aurélien Vincent  
Service réabonnement

Je m'abonne

*Aurélien Vincent*

Je me réabonne

Ne tardez pas ! Si vous répondez immédiatement, nous vous offrons une réduction supplémentaire et exceptionnelle.



Aurélien Vincent  
Service réabonnement

P.S. : Si vous avez déjà renouvelé votre abonnement, merci de nous en informer.

Vos avantages



La garantie du prix le + bas



Vous bénéficiez de nos offres

*Aurélien Vincent*

Tél: 01.72.87.16.76 code 10 (France métropolitaine)  
Fax: (33)1.46.06.71.12 - ser

Aurélien Vincent  
Service réabonnement

P.S. : Si vous avez déjà renouvelé votre abonnement, merci de nous en informer.

Vos avantages



La garantie du prix le + bas

Je

Bonjour Benedicte Andreu,

Peut-être n'avez-vous pas eu le temps de lire vos e-mails précédents mais votre abonnement à ELLE est maintenant terminé.

Toutefois, vous pouvez encore vous réabonner au meilleur prix et bénéficier d'une réduction supplémentaire si vous vous décidez immédiatement.

Je me réabonne

Tél: 01.72.87.16.76 code 10 (France métropolitaine)  
Fax: (33)1.46.06.71.12 - ser

Cordialement,

*Aurélien Vincent*

viapresse.com  
+ de 4000 magazines à offrir ou à s'offrir



En cadeau, un film à télécharger sur fnac.com\*  
\*Ensemble du catalogue location hors films "adultes"

**Oui, je me réabonne à ELLE**  
Et je télécharge gratuitement le film de mon choix sur Fnac.com

Je me réabonne à ELLE pour 1 an - 52 n° (dont 6 numéros spéciaux) au prix de **65,00 €** au lieu de 104,00 € (prix au numéro) **soit une économie de 39,00 €.**  
+ en cadeau le téléchargement du film de mon choix sur Fnac.com

Option papier + numérique

Je me réabonne à ELLE pour 6 mois - 26 n° (dont 3 numéros spéciaux) au prix de **35,00 €** au lieu de 52,00 € (prix au numéro) **soit une économie de 17,00 €.**  
+ en cadeau le téléchargement du film de mon choix sur Fnac.com

 En remerciement de votre fidélité : le couplage numérique offert !  
Dès aujourd'hui et pendant toute la durée de votre abonnement, vous recevrez la version numérique EN PLUS du magazine papier. Feuilletez en ligne et archivez vos numéros !



viapresse.com  
+ de 4000 magazines à offrir ou à s'offrir



**Oui, je renouvelle l'abonnement à ROLLING STONE de FRANCK ANDREU**

Je renouvelle l'abonnement de FRANCK ANDREU à ROLLING STONE pour 1 an - 11 n° au prix de ~~62,00 €~~ **50,35 €** au lieu de 65,45 € (prix au numéro) **soit une économie de 15,10 €.**

Option papier + numérique

Je renouvelle l'abonnement de FRANCK ANDREU à ROLLING STONE pour 6 mois - 6 n° au prix de ~~29,00 €~~ **27,55 €** au lieu de 35,70 € (prix au numéro) **soit une économie de 8,15 €.**

Option papier + numérique

En remerciement de votre fidélité :  
le couplage numérique  
+ 5% offerts !  
**5% offerts\***  
\*remise déjà déduite



**Je valide**

- Personnalisation de nos landing pages : offre et wording
  - En fonction du type de client (abonné, bénéficiaire d'abonnement cadeau, payeur d'abonnement cadeau)
  - Du titre : papier ou numérique

➤ Les landing pages sont personnalisées et spécifiques pour chaque client chaque abonnement

1. A propos de Viapresse
2. Problématiques et Objectifs
3. Automatisation de la fidélisation client
- 4. Résultats**
5. Perspectives

- **Création d'un cycle de vie client**
  - Un véritable dialogue one-to-one Viapresse/clients
  - Amélioration de la connaissance de notre profil client
  
- **Des performances élevées**
  - **TDO : 40 %** en moyenne (contre 15%)
  - **TDC : 12%** en moyenne (contre 2.5%)
  - **TDR : 30%** en moyenne (contre 10%)
  - 20% du CA global



**Benedicte, avez-vous pensé au cadeau de Félicie ?** [Boîte de réception] X

☆ Viapresse Spécial NOEL à moi [afficher les détails](#) 12:27 (Il y a 0 minutes) Répondre

Si vous avez des difficultés pour visualiser ce message, [cliquez ici](#)

**Cible = 20 000@**

*Félicité* Bonjour Benedicte,  
L'année dernière vous avez offert à **Félicie** un abonnement au magazine **PAPOUM**.

Taux d'ouverture = 20 %  
Taux de réactivité = 22%

*Aurélien Vincent* Aurélie Vincent  
Responsable des abonnements

**Offre spéciale Noël !**

**-10€** pour 2 abonnements  
**-15€** pour 3 abonnements

**Vite j'en profite !**

Viapresse vous souhaite de joyeuses courses de Noël !

Vite ! Aidez-moi à trouver le cadeau de **Félicie**

De : Viapresse Spécial NOEL [mailto:news@viapresse.com]  
Envoyé : mardi 30 novembre 2010 14:42  
À : [bandreu@viapresse.com](mailto:bandreu@viapresse.com)  
Objet : [BAT multipart/alternative] Benedicte, un cadeau qui sort du lot avec le moteur à cadeaux

**Cible = 200 000@**

Cher Client,

La chasse aux bonnes idées...  
décidé de vous...  
Grâce à m...  
trouvez...

Il est sportif...  
Elle est coquette...  
le cocooning...  
Dites-nous qui il (elle) est : Nous vous dirons ce qu'il (elle) aimera lire.

Viapresse vous souhaite de joyeuses courses de Noël !

*Aurélien Vincent* Aurélie Vincent  
Responsable des abonnements

**Quel magazine CHOISIR ?**

**Taux d'ouverture = 14%**  
**Taux de réactivité = 10%**

**Trouvez son magazine en 2 clics !**

**Offre spéciale Noël**

**-10€** pour 2 abonnements  
**-15€** pour 3 abonnements

Découvrez nos valeurs sûres !

Pour elle >>> Pour lui >>> Pour les enfants >>> Pour les seniors >>>

➤ Ces 2 campagnes ont généré le même chiffre d'affaire

1. A propos de Viapresse
2. Problématiques et Objectifs
3. Automatisation de la fidélisation client
4. Résultats
5. Perspectives

- **Profilier davantage** la cible client pour développer des campagnes en fonction du comportement client (tracking, panier d'achat, ...)



- Développer le **Cross selling** affinitaire



- Approfondir nos scenarii en distinguant les nouveaux clients, des clients fidèles, (ancienneté et fréquence d'achat), et des inactifs.





**Merci pour votre Ecoute !**

Bénédicte Andreu, Responsable E-CRM : [bandreu@viapresse.com](mailto:bandreu@viapresse.com)