



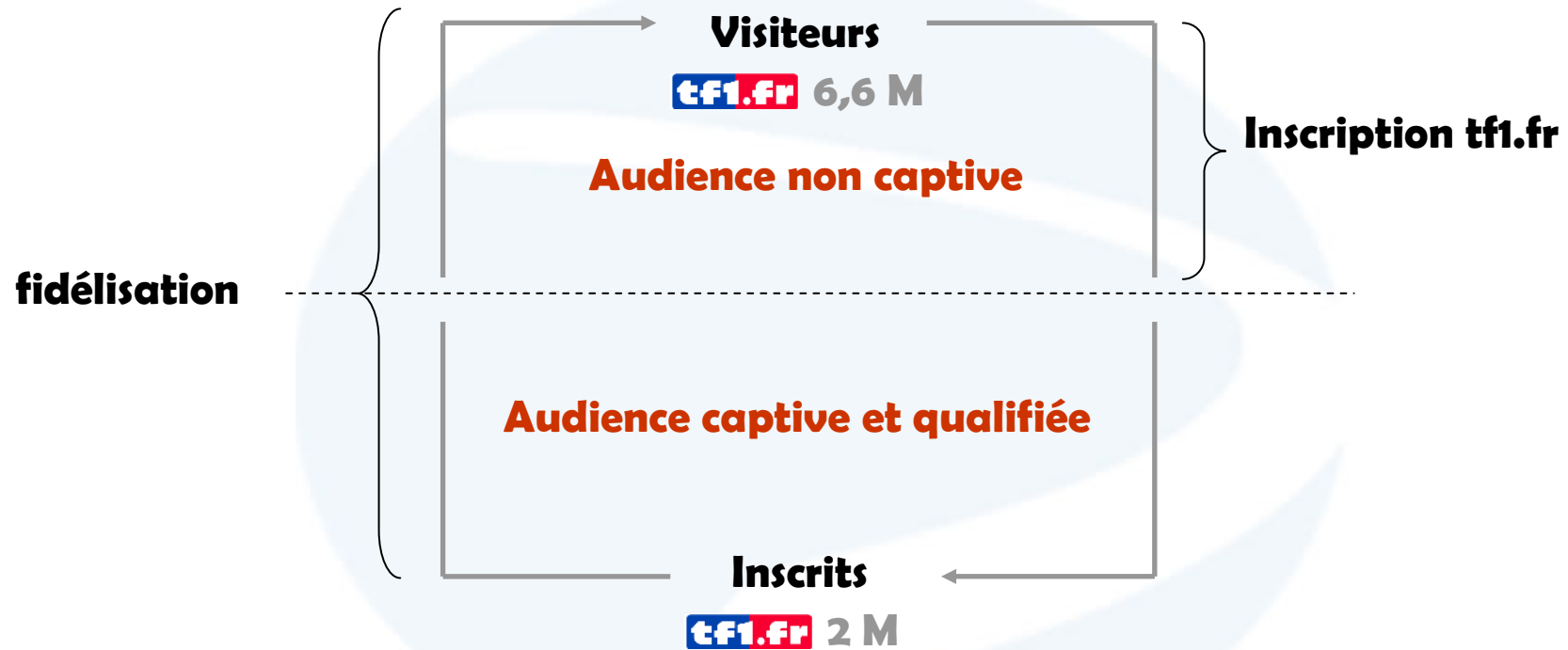
## L'e-mailing vidéo



- e-TF1 en bref:
  - (mobiles, audiotel, ...) du Groupe TF1
  - Édite ou co-édite une trentaine de sites
  - Porte les activités Internet et interactives du groupe
  - Premier média sur Internet, 6,8 M de visiteurs uniques, 14<sup>ème</sup> site en France\*
  - Variété des modèles économiques: publicité, e-commerce, contenus payants...
- La stratégie d'e-mailing de e-TF1:
  - Une base marketing fondée en 2002 et travaillée en auto-promotion
  - Un levier d'audience et de business crucial: fidélisation et réactivation des visiteurs
  - 12 M de mails routés par mois sur l'ensemble des activités (portail, e-commerce, sites thématiques, etc.)
  - Une activité commerciale: location d'adresses email et postale optin, en direct ou via intermédiaires



# L'e-mailing dans la stratégie du cycle de l'audience





- Le mailing vidéo:
  - Une légitimité pour un site de média audio-visuel
  - Des retours qualitatifs
  - L'exploitation de technologies innovantes
- Quelques essais en 2006:
  - Des envois sur la promotion lors de sortie de films (e-TF1/TFM)
  - Des envois dans le cadre de LCI.fr
- Attention aux compatibilités techniques (Gmail, etc.)
- Résultats:
  - Des résultats plutôt positifs en terme de réactivité
  - Une implémentation plus simple que prévue
  - Une piste pertinente pour améliorer l'efficacité des envois



De : LCI.fr via tf1.fr [mperf@bp06.net] Date : jeu. 21/12/2006 16:38  
À : CASIMIR, Romain  
Cc :  
Objet : Grand jeu LCI.fr : Gagnez de nombreux cadeaux !

[Si vous ne parvenez pas à visualiser ce message, cliquez ici](#)

Vous recevez ce message de la part de tf1.fr



**LCI.fr** **Votre rétro 2006**

"CPE, Zidane, Ségolène Royal, Al Gore, Tom Cruise..." Et vous, quels sont les évènements qui vous ont le plus marqué en 2006 ?

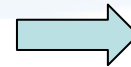
Composez votre JT 2006 et gagnez une journée dans les coulisses de LCI et TF1 et de nombreux cadeaux !

Un caméscope

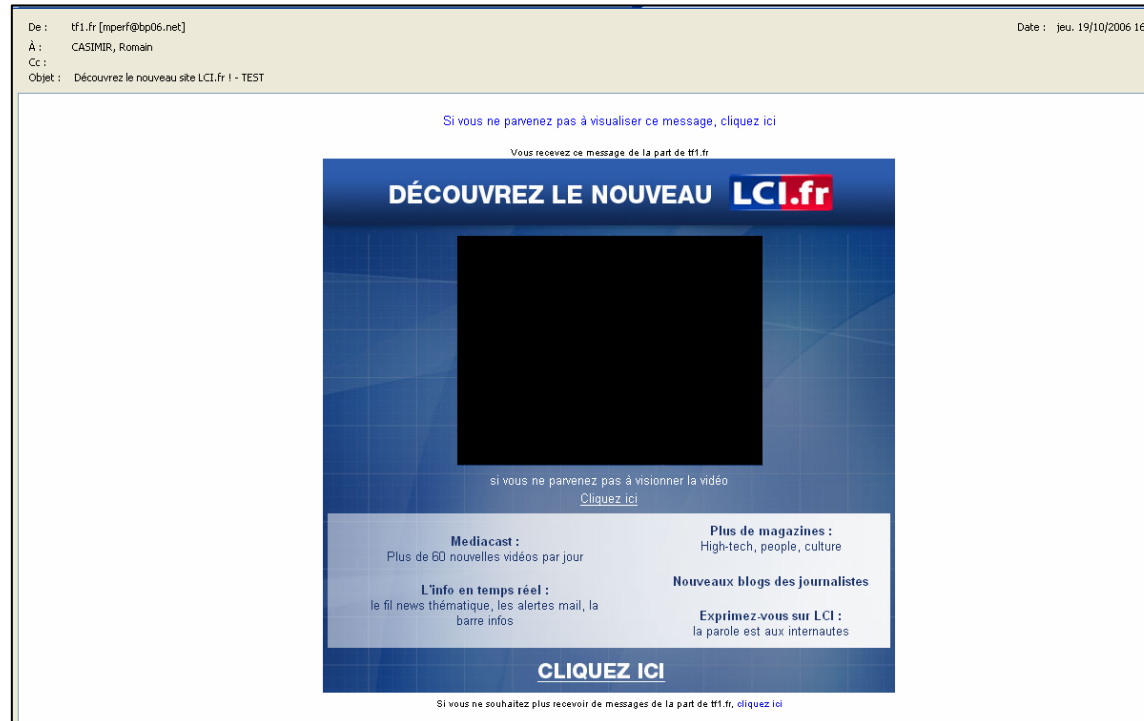
**Commencez**

\*Pour consulter le règlement du jeu, [cliquez ici](#).  
Jeu gratuit sans obligation d'achat. Photos non contractuelles.  
Si vous ne souhaitez plus recevoir d'emails de la part de tf1.fr, [cliquez ici](#).

Taux d'ouverture: +30% vs moyenne  
Taux de clic / aboutis: 13%



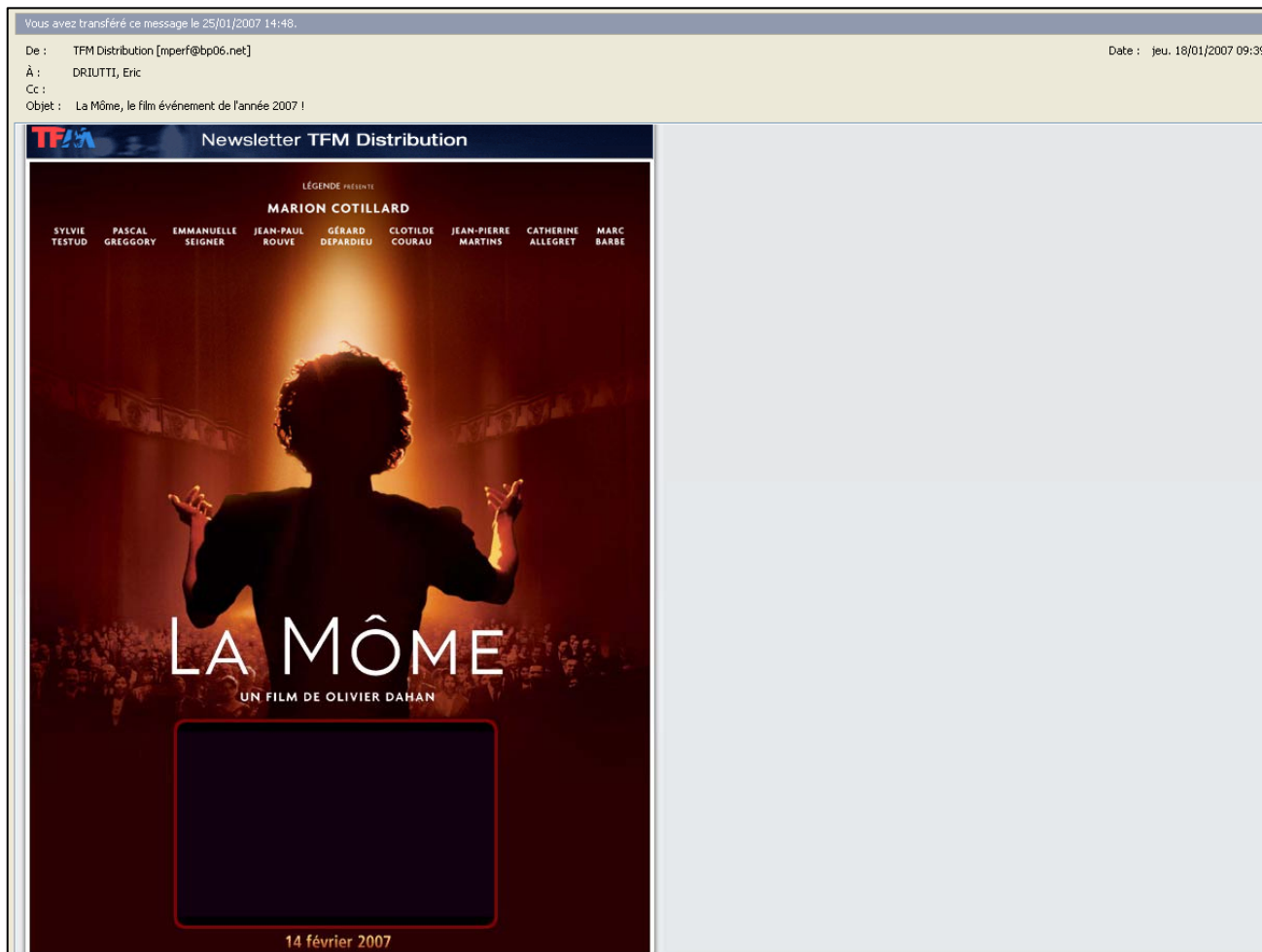
Excellent résultat



Taux d'ouverture: +10% vs moyenne  
Taux de clic / aboutis: 6,7%

# Lancement de sites de films (ex : la môme)

7



- Prévoir une image de remplacement
- Affichage de la vidéo en fonction des capacités du navigateur
- La vidéo peut-être sous différents formats
  - Un seul fichier si léger :
    - Flash
  - Du streaming si plus lourd
    - WMV, real, quicktime (plusieurs formats recommandé)
    - Utiliser les services d'une société d'hébergement en cas de fort volume (Yacast...)



- Des avantages marketing indéniables
  - Un aspect viral intéressant
  - L'attrait de la nouveauté
  - Visibilité technologique et dynamisme
- Une barrière technologique faible
- Des résultats prouvés



## Merci pour votre attention

- Contact :  
Jérôme Laplace  
[JL@mailperformance.com](mailto:JL@mailperformance.com)

Yann Battard  
[ybattard@tf1.fr](mailto:ybattard@tf1.fr)

