

Optimiser et automatiser les campagnes d'e-mail marketing comportementales

Agence : **Emailvision**



L'e-commerce représente plus de 40 % du CA des 3 Suisses. La relation client on-line est un sujet très stratégique pour 3 Suisses.

L'activité e-mailing, qui existe aux 3 Suisses depuis une dizaine d'années, connaît une très forte progression depuis 3 ans, notamment grâce à une base de l'ordre de 3 millions d'abonnés en forte progression chaque année. L'e-mailing s'est enrichi des méthodes classiques du marketing direct : plan de campagne construit en parallèle du plan de campagne print, multiplication des tests, suivi des résultats jusqu'à la marge...

Ainsi, un abonné à la newsletter 3 Suisses peut recevoir aussi bien des offres relayant l'actualité du site Internet avec des avantages supplémentaires (cadeau gratuit, livraison offerte, remise supplémentaire...) que des e-mails présentant les offres personnelles qu'il a reçues dans sa boîte aux lettres physique quelques jours auparavant. Il recevra également, en fonction de son comportement d'achat ou de ses préférences, des offres plus ciblées et personnalisées.



Objectifs

Pour donner une nouvelle dynamique à la relation client et passer d'un marketing de masse à une approche beaucoup plus fine et plus personnalisée en fonction du comportement d'achat ou de sa navigation sur le site, 3 Suisses a mis en place depuis une saison des campagnes automatisées. Ces campagnes ont permis d'améliorer la rentabilité du canal e-mail marketing, sans impacter la charge de travail et la productivité des équipes.

Les campagnes automatiques permettent de créer un enchaînement de messages dont l'envoi est conditionné en fonction de critères déclaratifs ou comportementaux. Elles sont programmées dans un espace temps par rapport à l'action précédente.

Pour ce cas pratique, 3 Suisses a souhaité mettre en avant deux campagnes qui illustrent des étapes importantes dans la relation par e-mail avec leurs prospects et clients.

1/ CAMPAGNE DE BIENVENUE



Concept

Classique dans son concept, la campagne de bienvenue est primordiale. C'est l'instant magique pour convertir un prospect en client !



Dispositif

3 Suisses a créé un scénario automatique qui envoie à tout nouvel inscrit un message de bienvenue intégrant une offre commerciale (frais de livraison offerts sur la 1^{ère} commande). Une synchronisation quotidienne des données entre la plate-forme de CRM et la solution d'e-mail marketing permet de sélectionner automatiquement les membres qui recevront à J+1 la campagne de bienvenue.

