



Résultats

Afin d'optimiser cette campagne de bienvenue, 3 Suisses mène de façon permanente des tests sur l'offre commerciale proposée (chèque cadeau, remise, frais de livraison offerts, seuil minimum d'achat).

Avec un taux d'ouverture moyen de plus de 50 % et un rendement plusieurs fois supérieur à une campagne newsletter classique, le message de bienvenue contribue significativement à la forte augmentation du nombre de nouveaux clients 3 Suisses provenant du site Internet.

L'intégration avec la solution de Web Analytics permet de suivre précisément le chiffre d'affaires généré par la campagne quotidienne de bienvenue.



2/ CAMPAGNE DE RELANCE DES PANIERS MÉMORISÉS

Concept

Le site Internet 3suisses.fr offre la possibilité d'enregistrer le panier d'achat en cours, pour y retrouver, lors d'une prochaine session, les articles que le client avait mémorisés.

Grâce à l'intégration mise en place entre les solutions de Web Analytics et la solution d'e-mail marketing, 3 Suisses peut exploiter cette information afin de relancer les clients qui ont sauvegardé leur panier d'achat sans finaliser l'acte.

L'objectif de cette campagne est de remettre le client le plus rapidement possible dans une démarche d'achat.



Dispositif

3 Suisses sélectionne les clients qui ont mémorisé un panier d'achat sans passer à l'étape de finalisation de la commande. Une synchronisation automatique quotidienne met à jour la base de membres qui seront destinataires de la campagne automatique de relance, en incluant les éléments d'identification du panier d'achat. Dans le message e-mail, le client peut ainsi, d'un simple clic, accéder à son panier mémorisé et y retrouver les articles qu'il y avait déposés.

Les tests ont permis d'optimiser le délai entre la mémorisation du panier d'achat et la réception du message de relance. Initialement programmée à J+7, cette campagne a été ramenée à J+3 pour maintenir un lien plus proche et conforter le client dans sa démarche. En effet, l'acte volontaire de mémorisation du panier d'achat prouve que le client a initialisé un acte d'achat qu'il compte réellement finaliser ultérieurement.

Cette campagne automatique ne génère aucune charge de production supplémentaire pour les équipes e-marketing de 3 Suisses. En effet, le scénario automatique a été créé dans la solution d'e-mail marketing, intégrant l'ensemble des éléments de personnalisation (prénom, nom du client, lien vers son panier d'achat mémorisé).



Résultats

Avec un taux d'ouverture moyen supérieur à 50 % et un taux de clic supérieur à 35 %, la campagne automatique de relance affiche des résultats que beaucoup de marketeurs envient.

Grâce à l'intégration des solutions, 3 Suisses dispose d'éléments chiffrés sur la rentabilité de la campagne de relance de paniers d'achat mémorisés.



Enseignements

Si la performance des campagnes automatiques est démontrée, il reste à en augmenter le volume afin qu'elles représentent une part plus significative du chiffre d'affaires. D'autres scénarios automatiques seront mis en place prochainement sur de nouveaux segments comportementaux sur le site Internet.

L'avantage de ces campagnes repose également sur l'automatisation proposée par la solution. En effet, une fois le scénario défini et mis en place, l'envoi des campagnes est réalisé automatiquement. Les équipes marketing surveillent régulièrement les résultats des campagnes automatiques quotidiennes pour optimiser le contenu et l'offre. Il faudra veiller à terme à régler la pression marketing pour limiter l'envoi de messages (nombre maximum défini par jour et par membre) et ce, en incluant les campagnes automatiques.

Contacts :

3Suisses :

Marie Desbonnets, Responsable E-mailing

Emailvision :

Nathalie Chaboche, Directrice Marketing