



# La collecte de prospects et leur transformation en clients par e-mailing

Etude de cas: Le lancement  
de la marque Dodge en France



# Contenu de la présentation



*1- La France : le pays de l'emailing!*

*2- Une marque américaine s'implante en France par email: Le cas Dodge*

*3- Conquérir au-delà de nos frontières*



DODGE

Come & Stay

# France: le pays de l'email



## L'efficacité de l'emailing en France

Monde : Evolution des performances de l'e-mailing (Taux d'envois aboutis, taux d'ouverture, taux de clic, en %)			
Pays	Taux d'envois aboutis	Taux d'ouverture	Taux de clics
<b>T4 2005</b>			
France	90,9 %	40,2 %	12,6 %
Allemagne	96,8 %	27,5 %	6,9 %
Royaume-Uni	92,5 %	29,4 %	9,1 %
<b>Total EMEA</b>	<b>93,8 %</b>	<b>29,8 %</b>	<b>9,3 %</b>
<b>T4 2004</b>			
France	91,3 %	42,8 %	13,2 %
Allemagne	93,8 %	34,4 %	8,6 %
Royaume-Uni	86,7 %	36,8 %	7,9 %
<b>Total EMEA</b>	<b>89,6 %</b>	<b>38,0 %</b>	<b>11,3 %</b>

Source : Epsilon Interactive, 2006

## Les pays du marketing online

### Affiliation :

- Cible Click / Affilinet (Allemagne)
- Tradedoubler (Suède)
- FCN / Zanox (Allemagne)

### Emailing :

- 1000mercis (France)
- Come&Stay (France)
- Directinet / IPT (Royaume-Uni)
- Ibase (France)



DODGE

Come & Stay

# Pourquoi une telle avance en email?



## Les raisons de la maturité

- Qualité des acteurs sur toute la chaîne
- Un marché sain: loi LEN



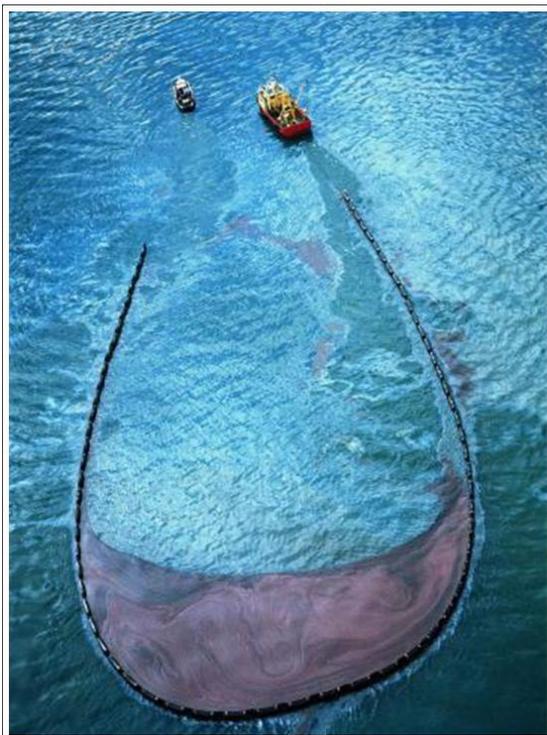
DODGE

Come & Stay

# Quand utiliser l'email?



Pour des opérations de  
prospection d'envergure



Pour transformer  
Vos prospects en clients



DODGE

Come & Stay



## Le cas Dodge:



**Pourquoi l'email**  
pour lancer cette marque Américaine  
en France?



# Relever le défi



**Une marque mondiale:**  
Des objectifs globaux



**Un marché local:**  
Des actions calibrées



# Problématique



- **Marché local:**  
Une marque inconnue en France



- **Cible très large:**  
Un véhicule destiné au grand public



- **Réalité économique:**  
Pas de budget suffisant pour émerger



DODGE

Come & Stay



# Une mécanique **imparable**



**1- Créer une communauté  
d'initiés dans la cible de Dodge:**

*Le Recrutement*



**2- Vivre une expérience  
forte avec cette communauté**

*La fidélisation*



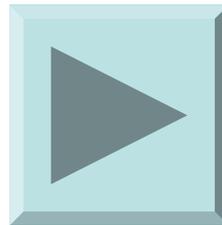
DODGE

Come & Stay



# Prêt pour l'expérience ?

Prêt à être touché  
par le syndrome du bélier?



# Un recrutement massif par email

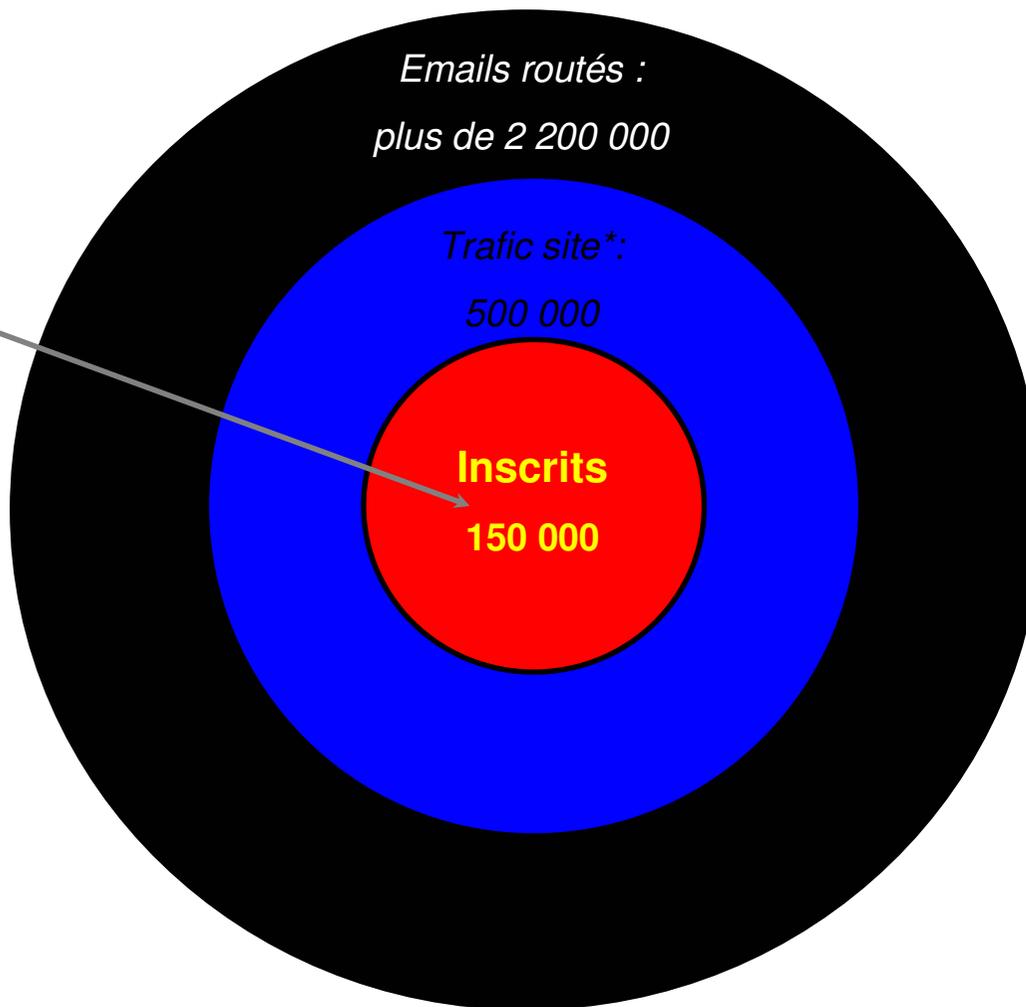


10 semaines de campagne



Objectif dépassé

de **50 %**



DODGE

(\*): Visites

Come & Stay

# Les résultats de la fidélisation



**Plus de 30 000** inscrits  
aux journées de lancement



Come & Stay

# Quels enseignements?



Qualité du média  
email:

- Efficace
- Rentable
- Réactif
- Massif

Condition:



**Travailler avec les experts**



DODGE

Come & Stay

# La clé du succès



## Un annonceur qui réussit à tirer profit de l'expertise de ses prestataires

- Brief parallèle, réponse groupée
- Process de coordination très en amont
- Fluidité de leurs relations



DODGE

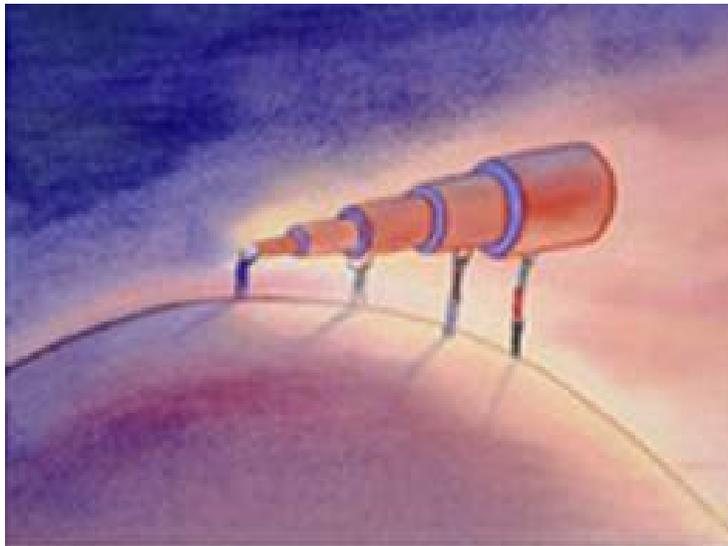
Come & Stay



Et pourquoi ne pas **voir encore plus loin?**



Capitaliser sur  
**Le savoir-faire Français en emailing**  
Pour votre **conquête internationale**



DODGE

Come & Stay

# Voilà où nous pouvons vous accompagner



DODGE

Come & Stay