

### **DEDICATED MARKETING**

Révéler, valoriser, développer et consolider votre capital-client

Prestataire de services technologiques en e-marketing direct

### E-mailing et bouche à oreille, connectez-vous avec vos clients

Cas client: Vacances Transat

Business Online 2007 - Conférence du 30 Janvier

www.cabestan.com

Cabestan 4-6 rue Gambetta 93583 Saint-Ouen Cedex - Tél.: 01 49 21 95 00 / Fax: 01 49 21 94 36 / info@cabestan.com - société du groupe













### Cas d'un tour operator Contexte Vacances Transat.

- Objectif: mettre en place un plan de communication vers les professionnels des agences de voyage (depuis mars 2003) et les particuliers (depuis avril 2005)
- Base de contacts initiale B2B : 1 000 contacts peu qualifiés (2000 contacts en B2C).
- La gestion des campagnes e-mailing est confiée à Cabestan depuis juin 2002



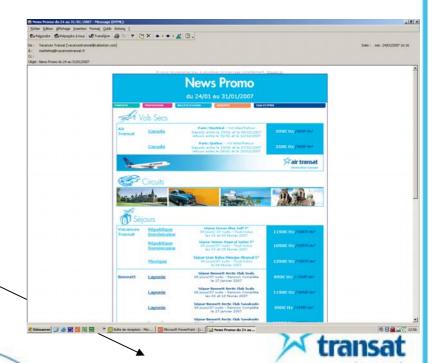
### Communication B2B > vers les agences de voyages

Lancement d'un site professionnel (mai 2005)

www.vatpro.fr

destiné à la vente des produits en ligne

Newsletter hebdomadaire – Diffusion des offres promotionnelles.





### Communication B2B > vers les agences de voyages

Mise en place d'un programme de stimulation + fidélisation.



- -Newsletter mensuelle programme fidélisation (Boutique cadeaux)
- -Newsletter Dates anniversaires



Joyeux anniversaire

Pour fêter l'événement, le Club V@TPRO vous et vous en fait gagner 50 supplémentaires sur ch vendu sur www.vatpro.fr pendant la semaine de

Profitez-en, avec le Club V@TPRO, votre anniversaire dure une semaine



### Les nouveautés du Club V@TPRO

- Nouveau règlement, nouvei avantage: conservez vos points cumules entre le 1<sup>er</sup> juillet et le 31 décembre 2006 pour démanrer la nouveille année en toute sérénité!
- En effet, au 31 décembre 2006, vous conserverez tous les points liés aux réservations effectuées entre le 1er juillet et le 31 décembre 2006. Un avantage qui vous permettra de transformer ces points en voyages gratuits jusqu'au 31 décembre 2007 (date de départ des vacanoss gagnées).
- En ce qui concerne les points non consommés liés aux réservations effectuées avant le 1er juillet 2006, ils seront annulés.
- À compter du 1er janvier 2007, tous les points non échangés seront annulés dans u délai d'1 an, à compter de la date de départ du client.

### 2- La boutique cadeaux s'agrandit! d'offres à compter du 1er janvier 2007

CLUB V@TPRO - BOUTIQUE CADEAUX

Produits

Barden
1 pers.

Séjour pour 1 pers. à Prague - Hólal Step\*\*

1 400 pts | 2

	0.000000	
1 Court Séjour pour 1 pers. à Prague - Hôtel Step**	1 400 pts	2 500 pts
1 billet vol sec A/R France - Canada (sur vol Air Transat)	2 500 pts	4 800 pts
1 Grand Week-End pour 1 pers. à Montréal - Hôtel Le St-André**	3 500 pts	6 000 pts
1 semaine pour 1 pers. Séjour Rep Dom (Sirenis Tropical Suites Casino & Spa 5*)	6 000 pts	11 000 pts
1 semaine pour 1 pers. Séjour Mexique (Akumal Beach Resort 4*)	7 500 pts	14 000 pts
1 semaine pour 1 pers. Circuit Canada (Le Canada Autrement)	9 000 pts	17 000 pts
1 semaine pour 1 pers. Séjour Laponie (Bennett Arctic Club Ivalo)	10 000 pts	19 000 pts

Pour toutes informations supplémentaires, n'hésitez pas à contacter le Service Club V@TPRO : du Lundi au Vendredi, par email : clubyatoro@vacancestransat.fr

A bientôt sur www.vatpro.fr!



# Communication B2B > vers les agences de voyages

Mise en place d'un programme de stimulation + fidélisation.

E-mailing personnalisé et automatisé, avec état de compte points fidélité acquis.



Bravo pour vos performances!
Avec vos 3 000 points étoiles déjà cumulés,
vous allez bientôt partir en vacances.

Encore quelques ventes sur www.vatpro.fr et vous n'aurez plus qu'à bouder vos valises... Alors, soyez prêt !

Club V@TPRO, des vacances à gogo





Pour vous désabonner, <u>cliquez ici</u>

### Communication B2B > vers les agences de voyages Résultats

- Grâce au succès des offres promotionnelles et à la mise en place du programme de fidélisation des agences de voyages, Vacances Transat s'adresse désormais à plus de 4 400 contacts qualifiés (1 000 peu qualifiés en mars 2003).
- Augmentation du volume/ventes on line (de 10% à 35%) sur le site internet professionnel.



### Communication B2C Campagnes acquisitions.

Système de parrainage dans les newsletters afin de collecter de nouveaux contacts



Collecte informations déclaratives VACANCES Voyagez sous une bonne étoile Partagez dès maintenant nos offres avec vos ami(e)s! **EXPEDITEUR:** Prénom Nom E-mail\* **DESTINATAIRES:** Prénom Prénom Nom Nom E-mail E-mail Valider Champ obligatoire

### Communication B2C Campagnes acquisitions.

Animation des newsletters par des jeux concours. Acquisition de 25.000 adresses Email en 1 mois).

### **PROMOTIONS**

### Promo circuit:

### Canadavision 12 jours "Spécial"

Pour œux qui ne veulent rien rater, tout en prenant leur temps.

1705 € HT/pers.

Départ le 24 août 2006.

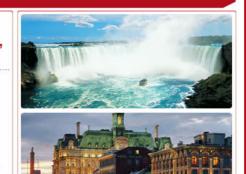
### Promo vol:

### Paris • Montréal

Visitez la deuxième plus grande ville francophone du monde !!!

443 € TTC/pers.

Pour certaines dates en octobre.





### QUOI DE NEUF AU CANADA?



### Festival des films du monde de Montréal

Du 24 août au 4 septembre 2006, Montréal fait son cinéma! La ville multiculturelle accueille des artistes cinématographiques du monde entier, pour le plus grand plaisir du public qui vivra un événement fascinant.

### Week-end Bonjour Montréal

Liberté, flexibilité et plaisir: votre séjour selon vos envies! Profitez des charmes cosmopolites de cette ville festive et dynamique qui promet de vous faire vivre bien des émotions...

Festival de l'Oie Blanche de Montmagny



## Communication B2C Campagnes acquisitions.

Campagne recrutement (Jeuconcours) avec notion de marketing viral.





### Communication vers les particuliers : <u>Résultats obtenus.</u>

 Grâce au succès du parrainage des newsletters mensuelles et à l'intégration de jeu-concours, Vacances Transat diffuse actuellement ses newsletters auprès de 80 000 contacts B2C.





## Communication B2C (Clients Vacances Transat)

Mise en place d'une enquête de satisfaction auprès des clients voyageant avec Vacances

Transat.

Questionnaire en ligne, envoyé automatiquement 15 jours après le retour de vacances des clients





## Enquête de satisfaction : Résultats obtenus

- 34% de répondants.
- Données baromètre satisfaction :
  - 84% des clients déclarent être satisfaits ou très satisfaits de leur voyage avec la marque. (Mise en place « Alertes insatisfaction » = réactivité immédiate de notre direction qualité).
- <u>Levier reconnaissance</u>: 94% des répondants recommanderont la marque Vacances Transattransat



### Bilan performances campagnes E-mailing Vacances Transat.

- Résultats très satisfaisants aussi bien en B to B qu'en B to C :
  - Taux d'ouverture moyen de 41%,
  - Taux de clic pouvant atteindre 30%,
  - Taux de désabonnement faible < 0,10%</li>





### Merci de votre attention.



