



# E-Mailing et bouche à oreille



# Fiche d'identité





# Pour vous rassurer...

## 270 personnes dédiées au WEB

 **Business Interactif**

E-marketing – e-commerce – e pub

- Conseil : 35 personnes
- Ergonomie : 5 personnes
- Création : 40 personnes
- Développement : 60 personnes
- Production : 30 personnes
- Partenariat : 3 personnes

SEO, achat d'espace, affiliation

- Équipe 40 personnes


### Pôle Trafic et CRM



Collecte de données – acquisition clients – conversion prospects en clients – Études

- 33 personnes
- 55 Millions d'adresses @, 9 Millions de N° de mobiles

### Pôle Production de contenu / éditorial



Programmation - diffusion

- Equipe 5 personnes
- Retail 5 personnes
- Réseau de free lance spécialisé

## Pour vous guider...

---

E-mailing de conquête,

Gestion et envois de newsletters,

E-CRM

Collecte de base de données

Vidéo mails

Audit de site web

Traitement de données

Access panel

Hébergement de base de données e-mails

Sms- Wap-Mobile

Génération de leads

Analyse et profil de base de données

Enrichissement de base de données - Appending

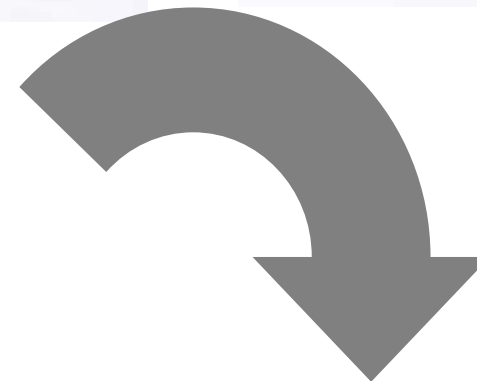
## En synthèse...

---



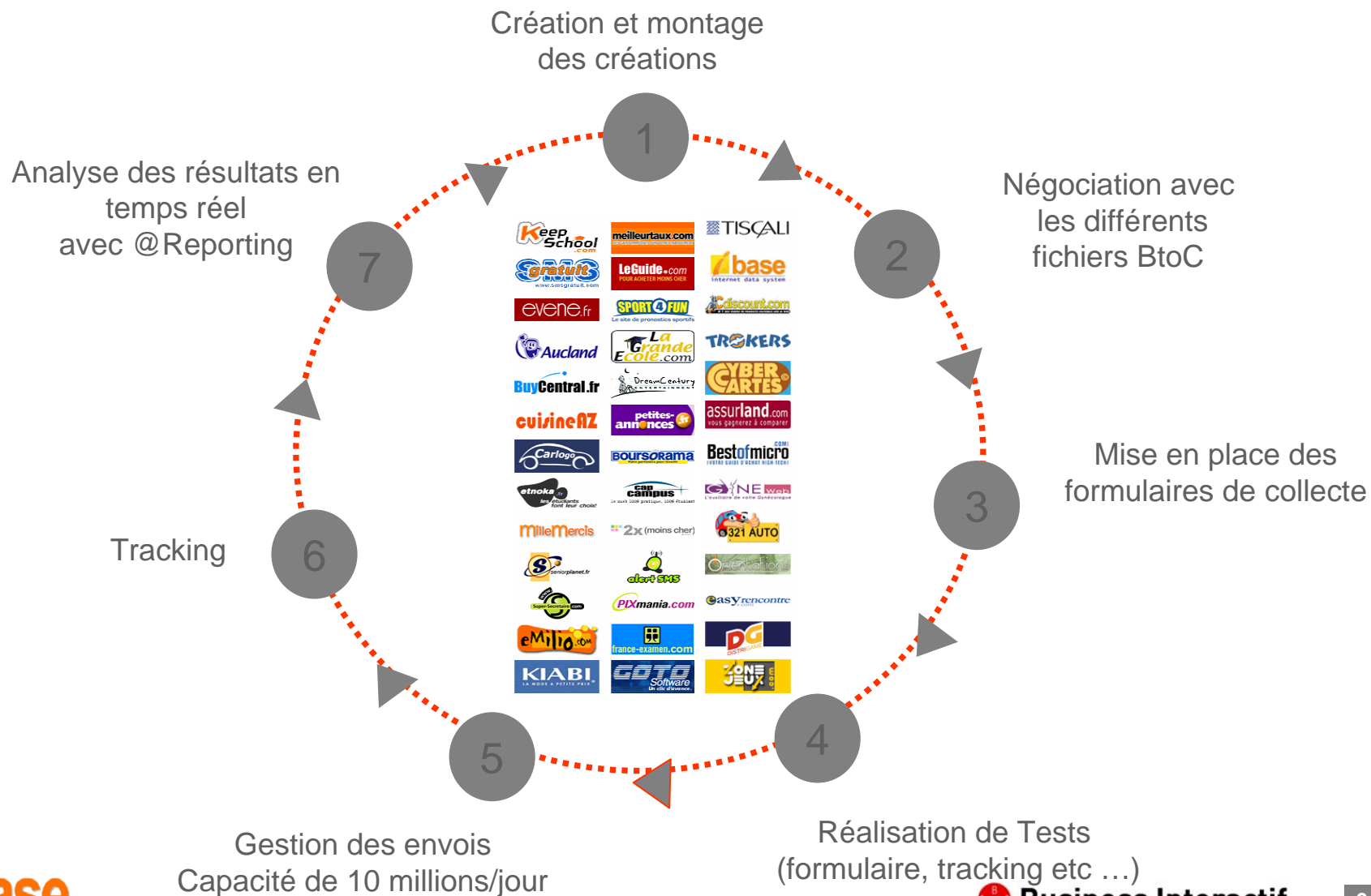
A travers les métiers suivants

- E-MAIL MARKETING
- MOBILE MARKETING
- DATA WAREHOUSE – DATA MANAGEMENT
- ETUDES ON LINE



**Notre équipe vous accompagne**

# Une mécanique efficace



# Comment réussir une campagne e-mail?



# La « To do list » : Rappel des règles essentielles

---

## 1/ Le Bandeau « réception du message »

- L'expéditeur ou le « From »

- ⇒ Optimiser l'identification rapide par l'internaute
- ⇒ Indiquer le nom du loueur de la base pour rassurer l'internaute
- ⇒ Nommer l'expéditeur (sport.com) plutôt que contact@sport.com
- ⇒ Placer une adresse de réponse valide derrière ce titre.

- L'Objet

- ⇒ Une dizaine de mots suffisent
- ⇒ Eviter les majuscules et les \$ qui "font spam". Le caractère € et les accents ne sont pas interprétés.
- ⇒ La Personnalisation  
Une technique off-line à adapter en on-line. Qu'il soit repris dans l'objet ou dans le corps du message, un nom ou une date d'anniversaire rassure le destinataire et le valorise.



# La « To do list » : Rappel des règles essentielles suite...

---

## 2/ Le Message :

- **Le Format :**

- ⇒ En Html ou texte
- ⇒ pas de flash ni java script

- **Fond et Forme : Il doit être créatif, concis et clair**

- ⇒ Éviter le scroll : Ne pas tout dire dans un même message, trop long.
- ⇒ De plus en plus les internautes utilisent la lecture dans Outlook avec les titres dans la partie haute et les messages dans la partie inférieure, ainsi il est préférable de mettre en évidence l'objectif du message (un clic vers un site, un achat, un numéro de téléphone) dans la partie haute du message
- ⇒ Placer un lien de désabonnement, avec une page ou un message de confirmation.

- **Formulaire de collecte court**

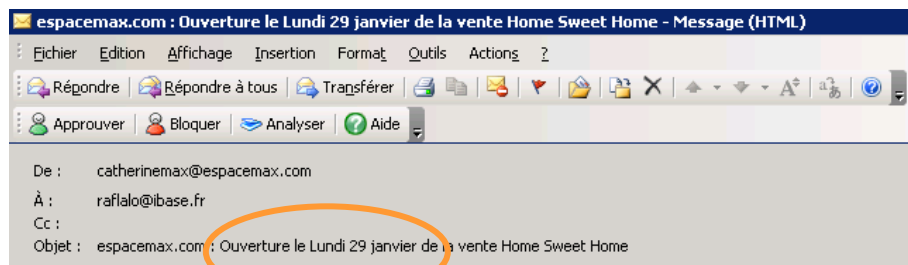
- ⇒ Civilité, Nom, Prénom, mail, date de naissance
- ⇒ Capturer l'adresse est suffisant pour transformer le prospect en client

## 3/ L'envoi

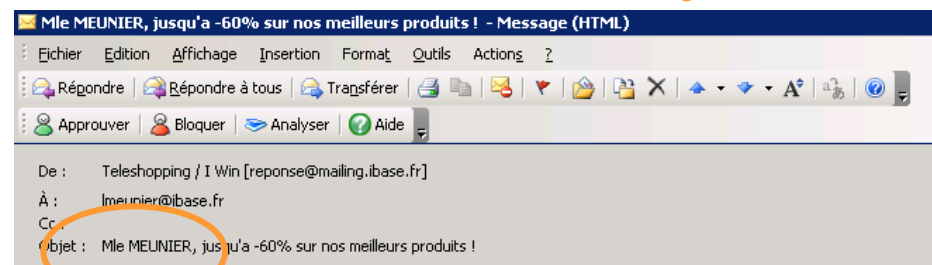
- ⇒ Eviter le lundi matin, vendredi après-midi, les campagnes entre le mardi et le Jeudi ont un rendement de 30 % supérieur à celles réalisées pendant le Week-End .

# Exemples en image...

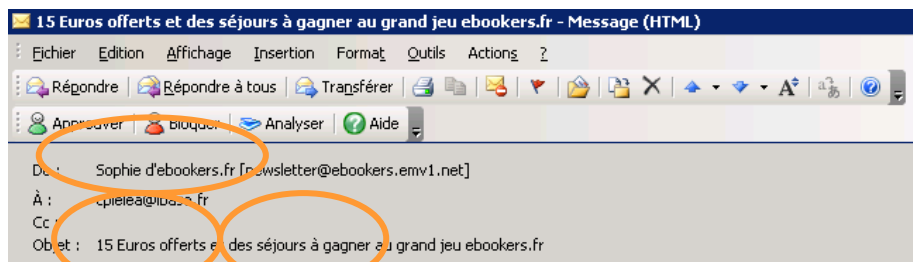
## Préciser une date, donner RV



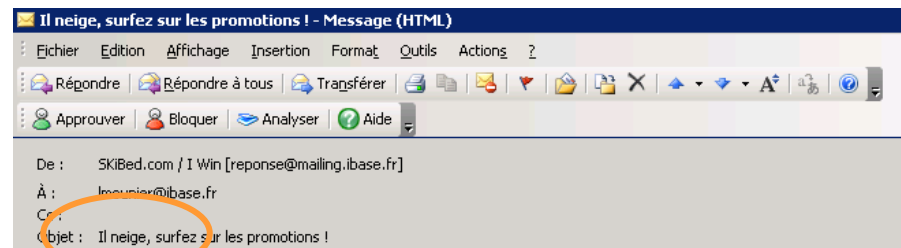
## Personnaliser le from ou objet



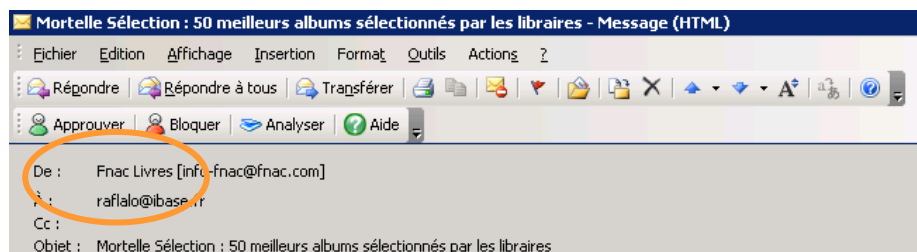
## Mixer plusieurs astuces



## Profiter de l'actualité



## Décliner l'activité, soyez clair



# Le choix des bases de données



# Un parc de fichiers en croissance constante

---

**L'offre d'adresses e-mails « commercialisées , opt'in partenaires » est passée entre 2005 et 2006 de 250 à près de 350 fichiers.**

**Nous recensons environ 343 fichiers pour un total cumulé de 55 000 000 d'adresses emails.**

Ces e-mails sont issus de sites différents par leurs cibles, aspect et services offrant donc une multitude de données permettant de segmenter et de toucher sa cible de manière la plus chirurgicale.

## **Les catégories sont :**

- Les mégabases de données
- Les sites marchands( High-tech, vins, voyages, fleurs etc...)
- Les sites féminins ( cuisine, jeunes mamans, etc...)
- Les sites de sports (golf, foot, généralistes etc...)
- Les sites médias (TV, Radio, Presse)
- Les sites comparateurs (de prix, d'assurances et de crédits)
- Les sites boursiers,
- Les sites automobiles
- Les sites de jeux (Loteries, jeux de cartes, concours, etc...)
- Les sites étudiants, les sites de rencontres
- Etc...

# Les différents types de campagnes



# Des exemples en images

Campagnes d'image	Campagnes marchande	Campagnes recrutement de leads	Campagnes d'enquête	Création de trafic en magasins	Campagnes de videomail
					
					
					

Les cas cités sont issus des campagnes réalisées par I base, ou de la veille « marché de l'e-mail » que nous éditons.

# Les campagnes d'information - d'image (CPM)

## Lancement de produit



EMPORIO ARMANI  
**Marionnaud**  
Parfums

white  
deux nouveaux parfums

A l'occasion du lancement d'Emporio Armani White, les parfumeries Marionnaud et Giorgio Armani Parfums vous offrent un poster exclusif de la campagne White sur présentation de cet e-mail imprimé.

N'attendez plus, venez le retirer\* gratuitement dans la parfumerie Marionnaud la plus proche de chez vous !

Cliquez ici pour découvrir White, les deux nouveaux parfums de l'été par Emporio Armani.

\*dans la limite des stocks disponibles. Offre valable jusqu'au 23 juin 2001 dans les points de vente participant à l'opération.

Si vous voulez vous retirer de notre liste de diffusion et ne plus recevoir nos promotions # envoyez nous un mail à [stop-pub@15-25ans.com](mailto:stop-pub@15-25ans.com) avec "STOP ARMANI" dans le sujet du

## Rendre son produit interactif



Cliquez ici...



## Conforter son image high tech

Firstinvest a selectionné pour vous l'offre ci-jointe :



Belle  
intelligente  
&  
Fine  
Cliquez ici

SAMSUNG

Pour ne plus recevoir d'offres commerciales de notre part [cliquez ici](#).

# Campagnes marchandes (CPM)

## Promos événementielles

**TELE SHOPPING** **BEST OF TÉLÉSHOW PRIX**  
Les prix font leur show !

**DERNIERS JOURS !**

**ENSEMBLE INDUCTION**

L'induction... adoptée par les grands Chefs !

Batterie 7 pièces + plaque de cuisson

**89,00 €**  
~~139,00 €~~

**-35%** [Voir la vidéo](#)

**CLIQUEZ ICI**

## Coupon de réduction ou remise

**SKISET** **skiset.com**  
LOUEUR DE SKIS

**-20%**  
jusqu'à 24H du départ  
+ frais de dossier  
et 7ème jour offerts\*

**\* Offre valable jusqu'au 01/01/2007 inclus**  
**450 magasins au pied des pistes dans 200 stations en France, Autriche, Suisse, Italie et Andorre**  
Location de 6 jours minimum pendant les vacances scolaires

## Prime à l'achat

Pour 1€ de plus\*, adoptez la boîte à goûter... pratique pour les petits creux à la récré !

**DU PAREIL... AU MÊME**

\* Offre valable pour tout achat effectué dans les magasins DPAM Enfant et Chaussures participant à l'opération et pour 1€ de plus. Du 23 août au 12 septembre 2006. Dans la limite des stocks disponibles.



# Recrutement de prospects (CPA)

## • Générer de la demande de catalogue

**MATY**  
Bijouterie Créateur

Nouvelle collection  
Printemps-Eté 2006

**3** Bonnes raisons de demander notre nouveau catalogue :

- Gratuit**  
Sans engagement  
280 pages et plus de 3500 bijoux
- Un cadeau de bienvenue**  
Cette bague Plaqué Or et Saphir  
Offerte dès votre première commande
- 30%**  
Sur votre commande

## Générer du RV

**P&V** PIERRE & VACANCES  
CONSEIL IMMOBILIER

Pour votre investissement locatif,  
**4 raisons de faire confiance** à Pierre & Vacances

Vous défiscalisez :

- Des solutions adaptées à toutes les situations patrimoniales (MP, LMNR, ZRR, Déficit Foncier, démembrement de propriété...)
- La récupération de TVA : sur un bien neuf d'une valeur TTC de 220 000 €, vous réaliserez jusqu'à 26 000 € d'économie.

Vous préparez votre avenir :

- Un patrimoine haut de gamme : des réalisations de qualité dans des sites exceptionnels (Alpes, Côte d'Azur, Espagne...)
- Un complément de retraite : un locataire unique, le Groupe P&V, vous génère des revenus sûrs, réguliers et défiscalisés.

Vous choisissez la sécurité :

## Générer de l'inscrits newsletter

Grand Jeu EDF "La Maison"

Avec EDF, **gagnez votre maison\*** !  
ou un budget rénovation de votre habitat...  
**et 10 000 € en chèques cadeaux**

... Pour jouer, [cliquez ici](#)

Pour jouer, c'est très simple !  
Aidez moi à retrouver le confort dans ma chambre en réalisant des économies d'énergie.

\* Jeu gratuit sans obligation d'achat valable du 25/10/06 au 30/11/06. Règlement complet [cliquez ici](#).

Découvrez notre newsletter mensuelle

[être bien chez soi.fr](#)  
le magazine de l'énergie dans la maison

Abonnez-vous gratuitement au magazine du bien-être, du confort dans la maison et des solutions innovantes

... Pour vous abonner, [cliquez ici](#)

© EDF 2006

## Générer un membre d'un club

vente-privee.com  
Marcas exclusivas a los mejores precios

**¡ Date un capricho ! Consigue productos de grandes marcas a unos precios increíbles**

**entre el 40 y el 70% de descuento**

- vente-privee.com es un club privado on-line que ofrece a sus socios ventas de marcas exclusivas.
- Más de 150 marcas de moda, deporte, lencería, joyería, ropa de casa, alta tecnología, ¡hay para todos los gustos!
- Las ventas sólo duran 2 días y las existencias son limitadas.
- Ser socio de vente-privee.com es gratuito y sin compromiso.

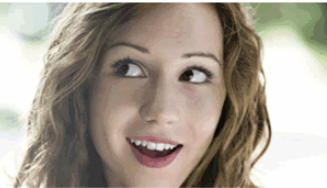
Suscríbete al club

# Les campagnes d'enquêtes (CPM-CPA)



## Collecter un panel

Votre avis nous intéresse



Bonjour,

Plusieurs fois dans l'année, Orange dialogue avec vous sur des thèmes précis (le haut débit, les nouvelles offres, les virus...) pour en savoir plus sur vos besoins et vos attentes.

Aujourd'hui, nous vous invitons à répondre à un questionnaire sur une de nos offres. Celui-ci ne vous prendra que quelques minutes.

Répondre au questionnaire

Valider

## Faire Tester un produit

vous recevez le message parce que vous êtes membre de ebeaube.com

Prends soin de toi.  
 GARNIER

**TEST EN AVANT-PREMIÈRE  
GARNIER ULTRA DOUX**

Vous avez les cheveux blancs ou argentés ?

Testez gratuitement le nouveau Garnier Ultra Doux à l'extrait de bleuet neutre, reconnu pour ses propriétés purifiantes.

Votre avis nous intéresse !

Vos témoignages et les résultats du test seront publiés sur le site [www.ultradoux.fr](http://www.ultradoux.fr)

► PARTICIPEZ !

## Valoriser l'internaute

L' O R É A L L' PARIS

L'ORÉAL PARIS Absolutement VIP...  
VIP Votre avis nous intéresse !

Vous avez reçu votre Magazine ABSOLUMENT VIP avec des conseils beauté personnalisés et privilèges exclusifs

Afin de toujours mieux vous satisfaire, nous vous invitons à exprimer votre avis !

En répondant à notre questionnaire, vous pourrez gagner l'un des kits des produits fétiches de la navigatrice Maud Fontenoy mis en jeu.

Cliquez ici !

# Création de trafic en enseignes (CPM)

## Opérations de couponing

Si ce message n'apparaît pas correctement, [cliquez ici](#)

**celio\*** **leçons de mode**  
les 9, 10 et 11 octobre 2003  
suivez de près les tendances de la mode tout en profitant de réductions...

**économisez jusqu'à 30€ sur vos achats<sup>(1)</sup>**

**-10€** ← sur les blousons, parkas, imperméables, manteaux, vestes et cuirs

**-6€** sur les pantalons →

**Etam** Découvrez le nouvel espace mode Etam  
Vivez une **"Fashion expérience"** vraiment nouvelle !

Pour les fêtes de fin d'année, faites vous un très grand plaisir !

Venez découvrir le **nouveau concept de magasin ETAM**. Toute la création d'ETAM réunie dans un nouvel espace : mode, lingerie, accessoires ainsi que TAMMY, la **nouvelle collection fashion pour les jeunes filles de 9-16 ans**.

A cette occasion, les **3 offres exclusives** ci-dessous vous sont réservées. Pour les recevoir, il vous suffit de cliquer sur l'une d'entre elles et de vous laisser guider...

Une **fashion expérience** à vivre avec plaisir, seule ou entre amies.

A bientôt dans votre nouvel espace ETAM.

<b>Etam</b> le fait à sa manière et propose une <b>"Fashion expérience"</b> à vivre absolument	<b>Etam</b> pour les fêtes de fin d'année, propose une <b>"Fashion expérience"</b> à vivre pour les fêtes	<b>TAMMY</b> pour la jeunesse et propose une <b>"Fashion expérience"</b> à vivre avec plaisir
<b>50€</b> de réduction pour 250€ d'achat minimum	<b>30€</b> de réduction pour 150€ d'achat minimum	<b>offert</b> un cadeau surprise TAMMY pour 20€ d'achat minimum

## Annnonce des soldes

DU 10 JANVIER AU 17 FÉVRIER 2007.  
c'est les soldes au Printemps, profitez-en !

EXCLUSIVITÉ **CARTE PRINTEMPS**  
DU 18 AU 20 JANVIER 2007

**-15%** <sup>(1)</sup>  
supplémentaires sur les soldes

Offre également valable chez Citadium et Madelos.

Réglez vos achats à partir de 25 € par mois (si vous devez jusqu'à 500 €), grâce à votre Compte Carte Printemps, crédit reconstruable et renouvelable annuellement\* (TEG révisible de 20,29% jusqu'à 1524 €, 18,79% au-delà).

Horaires exceptionnels de vos magasins Printemps :

Les soldes au Printemps, c'est le moment de craquer !  
**DU 10 JANVIER AU 17 FÉVRIER**  
Réglez vos achats en 5 mois<sup>(2)</sup> à partir de 150 € de plus par mois seulement

Exemple : Pour un achat de 200 €, le coût de cette facilité de paiement sera équivalent à 1 € par mois, soit 5 mensualités de 41 €. Coût d'utilisation : 5 €. TEG fixe : 12,64 %. Utilisation spéciale du Compte Carte Printemps à partir de 150 € d'achats. Offre valable du 10 janvier au 17 février à partir de 150 € d'achats.

**CARTE PRINTEMPS**  
UNE AUTRE IDÉE DE LA MODE

## Evénements magasins

**fnac** **éveil & jeux**

En décembre **Ouvertures exceptionnelles** dans votre magasin !

Pour vous laisser le temps de bien choisir les cadeaux qui feront plaisir à vos enfants, nos magasins seront exceptionnellement ouverts en dehors des horaires ou jours d'ouverture habituels.

Pour découvrir nos ouvertures exceptionnelles, [cliquez ici](#)

**habitat**

C'est bientôt la rentrée : études supérieures, nouvelle vie et peut-être même votre premier appartement ... à équiper. Habitat a pensé à vous en vous réservant des offres "spéciales rentrée".

**Des prix très "étudiés"**  
La rentrée chez Habitat, c'est avant tout des petits prix sur une sélection de meubles et accessoires incontournables à -15%, des meubles fonctionnels aux rangements pratiques, de la vaisselle au linge de maison, sans oublier tous les objets de décoration.

**- 10% Supplémentaires\***  
Du 2 au 28 septembre, bénéficiez de -10% de réduction supplémentaire sur l'ensemble du magasin sur présentation de votre carte d'étudiant et du coupon ci-dessous dûment complété.

Pour bénéficier de l'offre Etudiants - 10%, remettez ce coupon dûment rempli et présentez votre carte étudiant.

**Du 2 au 28 septembre**



# Comment analyser les résultats ?



# Le tracking de campagne ... vers un ROI optimal

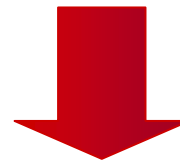
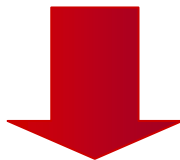
Statistiques liées  
à l'envoi des e-mails

Statistiques liées  
aux résultats sur le site

Taux d'ouverture,  
Taux de clic,  
Désabonnements,  
NPAI : hard & soft bounce  
Taux de transfert

Inscriptions  
Téléchargements,  
visites, visiteurs  
Achats  
Ré-achats

Opérations	Statut	nb	nb	% hard	% soft	% Les bords	% Les bords	% Mail	% clics	% clics
	envoi	ouvert	cliqué	bounce	bounce	abonnés	non-abonnés	stratifiés	conversion	multicanal
45 (Quadrant)	10110005	65751	65751	3,70%	7,27%	23,65%	32,34%	7,00%	3,82%	4,70%
4103 (Quadrant) (Partenaires Lattes)	10110005	4157	4157	2,38%	12,73%	48,88%	79,34%	22,78%	34,20%	40,12%
4102 (Quadrant) (Cremes 11112005) (subtesteurs)	06110005	3891	3891	2,70%	12,36%	34,85%	59,30%	19,38%	20,62%	22,41%
4104 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	17000	18700	12,82%	9,94%	26,50%	45,26%	12,24%	2,48%	3,10%
4105 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	1419	1419	5,00%	12,40%	57,84%	179,01%	97,10%	5,72%	6,10%
4106 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	541650	541650	4,99%	5,57%	15,26%	23,92%	6,67%	2,09%	2,10%
4107 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	12217	12217			25,98%	43,43%	12,61%	2,68%	2,70%
4108 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	5969	5969	24,74%	10,49%	16,04%	22,26%	4,91%	0,90%	1,00%
4109 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	11810	11810	10,78%	7,38%	26,67%	35,42%	7,91%	2,15%	2,20%
4110 (Quadrant) (subtesteurs)	10110005	400000	400000			34,11%	32,27%	6,48%	5,77%	6,00%
4111 (Quadrant) (subtesteurs)	10110005	400000	400000			0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
4112 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	1	1			0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	10,800
4113 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	1	1			0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5,500
4114 (Quadrant) (subtesteurs)	10110005	4342	4176	3,59%	20,28%	42,47%	69,38%	21,30%	7,90%	8,10%
4115 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	19559	17297	6,00%	8,84%	37,79%	62,86%	18,30%	6,00%	11,10%
4116 (Quadrant) (subtesteurs)	07110005	300000	300000	0,04%	2,70%	18,87%	31,44%	9,47%	4,49%	5,10%
4117 (Quadrant) (subtesteurs)	07110005	200000	200000	2,42%	8,76%	12,62%	18,08%	4,15%	7,15%	8,10%
4118 (Quadrant) (subtesteurs)	06110005	55000	55000	4,03%	6,54%	20,67%	31,77%	8,36%	2,20%	2,30%
4119 (Quadrant) (subtesteurs)	10110005	197949	197949	11,27%	10,32%	19,03%	25,24%	5,08%	2,68%	2,70%
4120 (Quadrant) (subtesteurs)	10110005	236405	236405	4,87%	16,89%	40,66%	60,84%	15,59%	11,59%	11,90%
4121 (Quadrant) (subtesteurs)	07110005	252830	252830	0,04%	2,92%	21,36%	38,69%	10,10%	2,27%	2,96%
4122 (Quadrant) (subtesteurs)	07110005	213473	213473			0,00%	12,86%	12,83%	0,00%	1,82%
4123 (Quadrant) (subtesteurs)	07110005	205046	205046			0,00%	17,17%	15,65%	0,00%	2,31%



Datamining et analyse

Généralisations sur la cible identifiée  
ou envois segmentés

# Le cas **DESCAMPS**



# DESCAMPS

Descamps, une des marques leaders en linge de maison haut de gamme, lance sa boutique en ligne. Une sélection des produits avec plus de 400 références en linge de lit, linge de bain et relaxwear est disponible. Les produits sont livrés en France, DOM-TOM, Bénélux et prochainement partout dans le monde.

## PROBLEMATIQUE DE DESCAMPS :

- Recruter une **BDD de prospection** en amont de l'ouverture de sa boutique on-line
- Générer des **ventes**

## MECANIQUE PROPOSEE

Mise en place d'un **jeu/ concours** avec de fortes dotations

Relais du jeux/concours via une campagne de **push email au CPA** (cost per acquisition)

Dispositif accélérant le **parrainage**

**Prises de parole régulières** auprès de la BDD



# DESCAMPS

## MECANIQUE PROPOSEE :

Email envoyé en push

- > Mise en avant du jeu/concours dans l'objet et dans le corps du mail
- > Créa simple, comportant uniquement l'essentiel du message



# DESCAMPS

## MECANIQUE PROPOSEE :

### 1) Page d'inscription

Arrive immédiatement après clic sur le mail / Formulaire court

The registration page features a decorative header with floral and geometric patterns. The main heading is "Gagnez deux prestigieuses parures de lit Descamps". Below this, there are two images of bedding sets. The text describes the prize: "Parure de lit Lubie d'une valeur de 450€ comprenant 1 Housse de couette 240x220, 2 taies d'oreillers, et 1 drap housse 160x200." Below the images, it says "Un sac de sport relax wear et ses 2 serviettes extensibles Tempo (50x100) pour une valeur de 110€." To the right, there is a registration form with fields for "Prénoms\*", "Nom\*", "mail\*", and "mot de passe\*", along with a "Confirmation du mot de passe\*" field. There are radio buttons for "Civilité\*" (M., Mme., Mlle.) and checkboxes for "DESCAMPS vous apporte:" (Du Bien être, Du Confort, Du Réveil et de Révision, De la Sérénité). A "Valider" button is at the bottom right.

### 2) Page de viralité

The virality page has the same decorative header. The main heading is "Vous pouvez inviter vos amis à participer au jeu sensoriel Descamps." Below this is an image of a bedding set. The text says: "Vous pourrez ainsi augmenter vos chances de gagner : si l'un de vos amis gagne la parure de lit Lubie Descamps, vous la gagnerez aussi !". To the right, there is a section titled "Pour inviter vos amis rien de plus simple:" followed by instructions: "Inscrivez leur adresse mail dans les champs ci-dessus et validez. Vos amis seront ainsi avertis automatiquement et personnellement de votre invitation à participer au jeu sensoriel Descamps pour gagner de nombreux lots prestigieux." Below this is a section titled "Leur adresse email:" with four "email" input fields and a "Valider" button at the bottom right.

### 3) Page de validation d'inscription

The confirmation page has the same decorative header. The main heading is "Gagnez deux prestigieuses parures de lit Descamps". Below this are the same two images of bedding sets and the same prize description as in the registration page. To the right, there is a confirmation message: "« Merci de votre participation, Philippe »". Below this, it says: "Nous vous remercions votre inscription au jeu Descamps. Vous serez informé en avant première de l'ouverture du nouveau site Descamps afin de profiter d'autres privilèges. Dès à présent, nous invitons à découvrir la gamme sensorielle Descamps: [www.descamps.com](http://www.descamps.com)". At the bottom left, it says "L'équipe Descamps".

Mail de parrainage

The sponsorship email has a decorative header. The main heading is "Félicitation !". Below this, it says: "Vous venez d'être invité par Philippe Testud, pour participer au jeu sensoriel Descamps et gagner des lots splendides." Below this is a link: "Découvrez notre site [Descamps.com](http://Descamps.com)". There is a "Cliquez pour participer" button. Below this are two images of bedding sets. At the bottom, it says: "Et gagnez 2 prestigieuses parures de lit Lubie et 10 élégants ensembles Détente".

# DESCAMPS

---

## REALISATIONS

- Développement technique du jeu/concours (créa BI)
- Relais du jeu/concours auprès de partenaires

## RESULTATS

Des fichiers féminins testés

Megabases, Cuisine AZ, EoMeteo, Confidentielles etc...

58 000 inscriptions qualifiées en 4 semaines dont 22 000 non facturées car issues du parrainage

**Merci !**