# Sur le Front

du Marketing électronique

*Webinaire numéro 5*

# E-mailing, e-marketing : 9 résolutions pour faire baisser vos coûts et améliorer votre efficacité en 2009

*Janvier 2009*

## *Des résolutions issues de la vraie vie des Emarketers*

- **Les usages de nos 5000 utilisateurs**
- **Le Campus : blog de bonnes pratiques**
- **Emailing Radar : rss de veille automatisée**
- **Sur le Front : webinaires périodiques**
- **Le concours des Meilleures Astuces Emailing organisé avec Megabase et Maximiles**

**Des savoir-faire utiles pour affronter 2009 efficacement !**

# *En 2009, je veux*

**Investir mieux**

+

**Dépenser moins**

**Car l’époque serait plutôt**

# *L'Emailing : l'outil parfait pour les périodes difficiles*

- **En fidélisation**
  Pièce maitresse des dispositifs de fidélisation
  **50% du CA des Ecommerçant viennent de leur Newsletter !** **(source Marketing Sherpa – oct 2008)**

- **En prospection**
  Un pilier possible pour votre mix marketing à doser en fonction de votre métier.

**Un outil**

- ✔ Tactique
- ✔ Flexible
- ✔ Mesurable

**INNOVATION MESSAGE BUSINESS « Le vrai Libre Service »**
**Pas de frais fixe, pas d'abonnement. Simplicité d'usage.**

# Résolution 1 - Router moins !

- Je ne route plus sur les adresses inactives
  - Les NPAI Hard
  - Les NPAI Soft
  - Les adresses qui ne répondent jamais
- Bénéfices : coût de routage en baisse, réputation en hausse, statistiques plus fines.

# Résolution 2 – Mieux sourcer vos fichiers de prospection

*Ciblage pointu*

Sourcing
**Fichiers à forte valeur ajoutée**
**Bases de lead**

*« Les acheteurs médias dans le secteur des cosmétiques »*

Sourcing
**Collecte**
**Location bases qualifiées**

*« Les CSP +++ amateur de vin haut de gamme »*

*B2B*

**ACCOMPAGNEMENT MESSAGE BUSINESS**
**Des campagnes dépassant les 40% en ouverture (B2C)**

*B2 C*

*« Les patrons de PME à Paris »*

*« Les jeunes de 18 à 25 ans»*

Sourcing
**Collecte**
**Locations bases qualifiées**

Sourcing
**Performance**
**Collecte**

*Ciblage large*

# Résolution 3 : Auditer et optimiser votre HTML

- Je comprends que le facteur numéro 1 de la délivrabilité est le contenu et la forme du HTML
- Sans oublier de peaufiner la version Texte

- **Bénéfices**
  - Je diminue de 2 à 5 fois la mise en courrier indésirable de mes emailings.

# Résolution 4 : Soigner la landing page

- Pas de navigations perturbatrices
- Des Formulaires courts
- Des questions liées à l'objet du formulaire
- Des incentives à la saisie à représenter graphiquement
- Des champs pré remplis

**INNOVATION MESSAGE BUSINESS « 1 formulaire par besoin »**
**En 5 mn créer les formulaires ad'hoc pour chaque campagne.**

# *Résolution 5 : Transformer ses statistiques en actions*

- Taux d'ouverture
- Taux de clic
- Taux de transformation
- Les liens cliqués

| Résultats moyens B2C | Prospection | Fidélisation |
|---|---|---|
| Taux d'ouverture | 25 % | 35 % |
| Taux de clic | 4 % | 8 % |
| Transformation | 1 % | 2 % |

- À analyser
  - Par opération
  - Dans le temps
  - Par origine des adresses

**A concrétiser dans des actions ciblées**

- Relance sur les non ouverts
- Relance en fonction des liens cliqués
- Purge des inactifs (incitation au désabonnement)

# Résolution 6 : Router à partir de votre propre SMTP

- Je bascule tout ou partie de mes Emailings sur un SMTP dédié
- Et je ne fais pas n'importe quoi ! (réputation, tracking, HTML, …)

- **Bénéfices**
  - Moins de dépendance vis-à-vis du routeur
  - Une intégration fine dans le système d'information
  - Une flexibilité maximale
  - Des coûts plafonnés

# *Résolution 7 : Penser multicanal et mutualisation*

## Acquisition

**L'Emailing de prospection**
***cible efficacement***

**Les Formulaires**
***facilitent l'acquisition***

**Des contenus à mutualiser entre les supports**

**Le Flux Web et le Blog**
***créent du trafic et le thématisent***

**La relance (tel / mail)**
***qualifient les cibles et les transforment***

**Le Flux Web et le Blog**
***canaux de fidélisation alternatif***

**Délivrabilité maximale des messages**

**La Newsletter**
***canal de fidélisation principal***

**Le SMS**
***accentue et cible l'effort promotionnel***

**L'Enquête**
***renforce la connaissance client***

## Fidélisation

**INNOVATION MESSAGE BUSINESS**
**Bien plus que l'emailing : RSS, enquête, blog, formulaires…**

# *Résolution 8 : Améliorer ses connaissances*

## *CONCOURS DE LA MEILLEURE ASTUCE EMAILING*

**Les Astuces Emailing gagnantes en B2B**

1. **Optimisez la relance en vous basant sur les liens cliqués par les destinataires**
2. **Soyez prudent mais malin dans la collecte d'adresses sur Internet**
3. **Ne stimulez pas vos NPAI et vos adresses silencieuses**
4. **Mettez du texte pour passer les antispams**
5. **Privilégiez le contenu avant la forme**

# *Résolution 8 : Améliorer ses connaissances*

## *CONCOURS DE LA MEILLEURE ASTUCE EMAILING*

**Les Astuces Emailing gagnantes en B2C**

1. **Choisissez avec soin le jour mais aussi l'heure d'envoi**
2. **Optimisez la délivrabilité de votre newsletter au delà des antispams et jusqu'aux cerveaux de vos destinataires**
3. **Segmentez selon Récence / Fréquence / Montant**
4. **Et vous, utilisez-vous le copywriting pour tripler vos ventes ?**
5. **Pour les Nerds : display:block sur les images**

## *Résolution 9 : Acheter mieux !*

### Actions

- Comparez les offres disponibles
- Choisissez Message Business

### Bénéfices

- Offre découverte sans aucun engagement
- Aucun frais fixe, ni licence ni abonnement
- Dégressivité rapide
- Appropriation aisée du logiciel hébergé
- Équipe attentive et accompagnement

N°Azur 0 811 90 11 33
PRIX APPEL LOCAL
www.messagebusiness.com

# Message Business en bref : 4 offres au service de votre Emarketing

## Le 1 er logiciel hébergé 100% Libre Service

- Emailing
- SMS
- RSS
- Formulaires
- Enquêtes en ligne
- Statistiques
- 100% sécurisé
- Sans abonnement
- Sans frais fixe

## Message Business Emailing Server

- Serveur SMTP spécialisé
- Délivrabilité surveillée
- Capacité mutualisée
- IP dédiée

« Conférence demain : 11h45-12h30 »

## Gestion de campagnes et accompagnement

## Message Business Partenaires

# *Message Business en bref : un tiers de confiance multi récompensé…*

- **Ecommerce Award 2008**
- **Programme IDEES Microsoft**
- **Coup de cœur des cubes Salon VAD 2007**
- **Lauréate 2007 de PARIS ENTREPRENDRE**
- **Tiers de confiance SNCD**

# … Plébiscité par plus de 5000 entreprises utilisatrices

## B to C
*(cibles grand public)*

Castorama
Caviar Petrossian
MAAF
Maximiles
Pili Pili (TF1)
Wall Street Institute
…

## B to B
*(cibles entreprises)*

American Express
Central Telecom
Manchette Publicité
Reed
Topfonie
Vinexpo
…

## Non Marchands

ANRT
Conseil Général de la Sarthe
Docteurs Souris
Mécénat Cardiaque
Ordre Experts-Comptables
Tout le Monde Chante
…

# Satisfaites !

Enquête menée en décembre 2008 sur 5124 utilisateurs

| Message Business … | TOTAL D'ACCORD |
|---|---|
| … est facile à utiliser | 79,4 % |
| … m'accompagne si j'en ai besoin | 81,3 % |
| … est fiable techniquement | 83,9 % |
| … assure une bonne qualité de routage et de délivrabilité | 89,2 % |
| … fournit des bonnes statistiques | 84,1 % |
| … représente un bon rapport qualité-prix | 80,6 % |
| …. est à l'écoute de mes besoins | 85,7 % |

# Merci !

N°Azur 0 811 90 11 33

PRIX APPEL LOCAL

www.messagebusiness.com