

Emailing

10 exemples de campagnes
pour vous démarquer !

Ebook



Souriez, vous faites du marketing relationnel avec

digitaleo
BUSINESS BOOSTER

INTRODUCTION

Pour réussir à sensibiliser vos prospects, fidéliser vos clients et vous démarquer de vos concurrents, l'envoi de campagnes emailings est primordial.

Mais ces envois ne doivent pas se limiter uniquement à des messages promotionnels, en effet vous avez la possibilité de pouvoir créer de réelles interactions et proposer des contenus plus pertinents.

Nous vous proposons de découvrir, dans cet ebook, des exemples de campagnes qui vous permettront de vous inspirer et compléter votre parcours client ou votre plan de communication.

Suivez nos conseils et bonnes pratiques pour devenir expert et diversifier toutes vos campagnes de communication.

Sommaire

AVANT-PROPOS.	.4
OBJECTIF 1. INFORMEZ VOS CLIENTS, ABONNÉS, UTILISATEURS	.6
OBJECTIF 2. POUSSER VOS CLIENTS, UTILISATEURS, À AGIR	.9
OBJECTIF 3. CREER UNE COMMUNAUTE	.12
EXEMPLES, INSPIRATIONS	.15
CONCLUSION.	.26

AVANT-PROPOS

AVANT-PROPOS

Préparer vos segments

Premier conseil, avant de commencer toute communication il faut segmenter vos cibles et surtout définir vos objectifs. **Pour rappel, une communication, un objectif !** En effet, entre vos clients récurrents, clients non récurrents, prospects... les objectifs et messages seront différents.

Les centres d'intérêt de votre communauté, et leurs implications évoluent également au fil du temps. Pour vous adapter, **faites évoluer vos segments en fonction du cycle d'achat de vos clients ou encore des données présentes dans votre base de données** (intérêts, âge, sexe, situation familiale etc...).

Par exemple, un client venant d'acheter un véhicule chez vous, ne sera plus intéressé par de la promotion mais par des communications sur l'entretien, le nettoyage, ou des offres connexes...

Deuxième exemple, de jeunes parents seront probablement intéressés pour recevoir des promotions de couches, mais faites évoluer vos workflows (enchaînement automatisés des communications) pour qu'ils ne reçoivent plus d'informations sur ce type de produit au bout de 3 ans...

Aujourd'hui, 42% des spécialistes ¹ du marketing n'enverraient pas d'emails ciblés; et pourtant il a été démontré que ceux sont les communications qui génèrent jusqu'à 58% des revenus ².

OBJECTIF 1.

Informez vos clients,
abonnés, utilisateurs

1. Informer vos clients, abonnés, utilisateurs

Comme vu précédemment, la communication par email n'est pas que promotionnelle : c'est avant tout un support informatif très efficace qu'il ne faut pas négliger.

Pour informer vos clients, vous pouvez classiquement **créer des workflows de bienvenue ou encore de suivi de commande.**

Ce type de communication permet de créer une expérience utilisateur fluide.

L'objectif attendu n'est pas une réaction du destinataire (hormis l'ouverture de l'email) mais plutôt de conforter le client dans la qualité et le sérieux de votre marque.

C'est une première prise de contact directe qui participe à l'expérience d'achat et valide le choix de votre service.



Ce lien entre votre marque et votre consommateur est très important. **Voici notamment quelques exemples qui pourraient compléter vos workflows :**

- Confirmation ou remerciement d'inscription à vos services ou à votre newsletter
- Confirmation de commande
- Suivi de commande (prise en compte du colis, mise sous carton, départ de l'entrepôt)
- Suivi de livraison (nom du prestataire d'envoi, numéro de suivi...)

OBJECTIF 2.

Pousser vos clients, abonnés,
utilisateurs à agir

2. Pousser vos clients, abonnés, utilisateurs à agir

Après avoir informé vos clients, il faut susciter leur intérêt et les faire participer, à agir.

Pour espérer une action de vos clients, il faut d'abord définir les objectifs de votre communication. Voici notamment quelques exemples d'objectifs :

- Récupérer des avis
- Générer des ventes
- Créer de l'upsell
- Augmenter votre communauté

N'oubliez pas que vous pouvez même parfois les combiner.

S'il ne fallait retenir qu'un seul objectif pour pousser vos clients à agir : n'oubliez pas de personnaliser vos messages.

Tous les exemples que vous pourrez trouver ci-après sont extrêmement personnalisés et c'est ce qui fait leur réussite : prénom, dernier article acheté, identification de la phase de décision...

Les chiffres le prouvent, deux-tiers (66%) des **consommateurs français interrogés sont davantage susceptibles d'acheter auprès d'entreprises qui personnalisent les expériences avec leurs clients³ en se basant notamment sur des interactions passées.**



Voici des exemples que vous pouvez mettre en place pour répondre à ces objectifs :

- Relance des paniers abandonnés
- Cross-selling basé sur l'historique d'achat de votre client
- Livraison offerte
- Les produits préférés de vos salariés
- Rappeler votre présence sur les réseaux sociaux
- ...

OBJECTIF 3.

Créer une communauté

3. Créer une communauté

Comme précédemment évoqué, pour performer sur vos différents envois, vous devez adapter vos messages à vos cibles.

Nous vous conseillons tout d'abord **d'identifier vos clients promoteurs, passifs et détracteurs et de créer des segmentations différentes.**

Un client promoteur pourra être sollicité plus régulièrement et aura un engagement important, il sera susceptible partager plus facilement sur les réseaux sociaux.

Une fois que vous aurez segmenté vos différentes bases, et défini l'intégralité des workflows en fonction du cycle

de vie client, vous pouvez désormais capitaliser sur vos ambassadeurs !

Pour rappel, un ambassadeur est une personne qui va volontairement parler de votre marque avec ses proches, simplement, car il ou elle est très satisfaite de sa relation avec votre entreprise.

A l'heure des réseaux sociaux et de la recrudescence des sites d'avis en ligne, il est crucial pour vous de vous appuyer sur cette communauté de clients.

A noter, 90% des consommateurs ayant consulté des avis clients avant un achat déclarent que les avis positifs ont influencé leur décision ⁴.



Voici quelques exemples de communications pour solliciter vos clients ambassadeurs :

- Avis sur vos produits et services
- Avis sur la communication de votre marque
- Demande de suggestion d'amélioration
- Parrainage...

N'hésitez pas à les impliquer dans vos prises de décisions, à leur demander leur avis. Ils ont un attachement à votre marque, pouvoir les impliquer dans vos décisions de communication les valorise et apportera de l'importance à votre communauté.

Inspirez-vous :

Vous savez dorénavant comment définir les objectifs de vos emailings mais également qui cibler pour ces communications.

Nous souhaitons également partager avec vous un pêle-mêle d'exemples d'emailings qui nous ont inspirés, qui se démarquent, et qui peuvent vous inspirer pour vos prochaines communications !

Objet : Sans vous, ce n'est plus pareil ♥ -25% pour vous reconquérir
Le + : la personnalisation et le ton, on aime la préoccupation d'Eram de ravir nos pieds par tous les temps !



Femme

Homme

Enfant

Sacs & accessoires

Le blog

E-RÉSERVATION **GRATUITE**, RETRAIT **1H** EN BOUTIQUE | LIVRAISON ET RETOUR **GRATUITS**

les
FOLIES

Du 14 mars au 8 avril 2018
En boutique et sur eram.fr

▶ je force !

SANS VOUS CE N'EST PLUS PAREIL

Cela fait un moment qu'on ne vous a pas vue !
Nous avons encore beaucoup de choses à vous offrir pour sublimer vos tenues et ravir vos pieds par tous les temps.
Alors pour en profiter nous vous réservons une petite attention, rien que pour vous !

Offre réservée à
Julie

-25%

SUR VOTRE ARTICLE PRÉFÉRÉ*

valable jusqu'au 02/05/2018

En boutique : sur présentation de cet email
Sur l'e-shop : connectez-vous à votre espace personnalisé
et retrouvez votre offre dans votre panier.

▶ JE PROFITE DE MA SURPRISE !



In love again

Objet : Prenez votre agenda

Le + : une présentation efficace, simple, sans aucune information commerciale.

Les rendez-vous Fnac

Showcases, dédicaces, rencontres
Gratuits et libres d'accès

10

Apr. 2018



Showcase

MéliSSa Laveaux

L'artiste canadienne présentera, lors d'un showcase, son nouvel album revisitant le patrimoine musical haïtien, " Radyo Siwèl ". Événement gratuit et en entrée libre... [Lire la suite](#)

Paris - Forum des Halles



10

Apr. 2018



Rencontre

Karin Slaughter

La reine du thriller américain viendra rencontrer ses lecteurs à l'occasion de la sortie de son livre " Une fille modèle". A propos de l'auteure : N°1 sur les listes... [Lire la suite](#)

Paris - Bercy Village

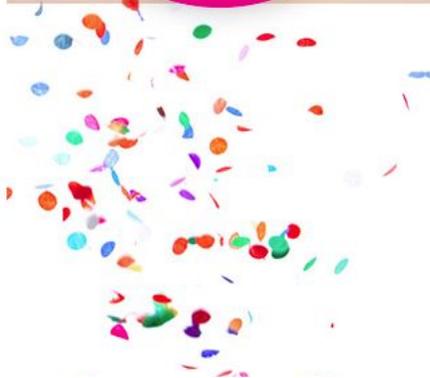


Fêter l'anniversaire de la première commande - Par Sarenza

Objet : C'est votre Sarenzanniv ! Profitez de 20€ dès 80€ d'achat !

Le+ : tout simplement l'idée !

SARENZA



4 ans déjà !

CA MÉRITE BIEN UN PETIT CADEAU

Aujourd'hui on fête l'anniversaire de votre première commande chez Sarenza ! Et parce qu'on aime bien exaucer les vœux, on vous offre 20€* sur votre prochaine commande grâce au code **SARENZANNIV**. Let's go pour un shopping irrésistible !

Présenter votre collection, en fonction de la météo du moment

Par Armor-Lux

Objet : 🌧️ Et si vous dansiez sous la pluie ?!

Le + : Jouer avec la météo du moment !


Armor·lux



N'attendez pas que l'orage passe ! Rien, pas même la pluie, ne vous empêchera de profiter du printemps avec nos vêtements imperméables !

[> DÉCOUVRIR](#)

Objet : Quel collègue es-tu ?

Le + : un contenu sympa et ludique !

Welcome to THE Jungle

Aujourd'hui, testez votre personnalité au travail : quel collègue êtes-vous ? Quelle est votre part d'intelligence émotionnelle ? Et pour les passionnés de technologies, un point actu : les chiffres du secteur de la cybersécurité et une sélection des prochains événements incontournables de la tech.

- ARTICLES -



CARRIÈRE & PRODUCTIVITÉ

Les 20 profils de collègues incontournables en entreprise

De la fille saine au stressé, en passant par le commercial tchatteur et le lèche-botte, vous en reconnaîtrez forcément un... À moins que vous ne vous sentiez visés ?

Jouer la carte de la livraison - Par La Redoute

Objet : 🚚 Tut! Tut! C'est le son du coursier qui livre gratuitement votre nouveau meuble !

Le + : l'objet de l'e-mail ! Il incite fortement à cliquer dessus.

La Redoute

MON COMPTE
[Mon panier](#)

Femme

Homme

Enfant
& Bébé

Meuble
& Déco

Linge de
maison

Électroménager
& High-Tech

Loisirs
& Sport

Outlet

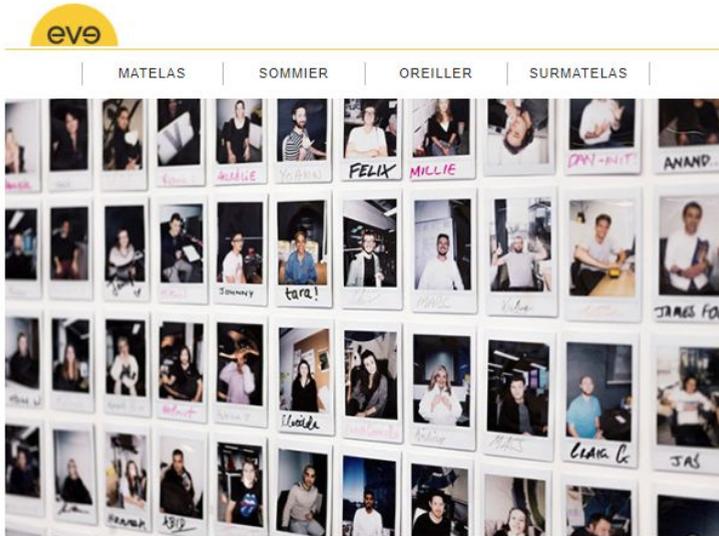
Melanie,
vous vous dites depuis des mois qu'il serait temps de changer ce vieux canapé, de remplacer votre salon de jardin ?
C'est le moment d'en profiter !



Pour une approche "expert+RSE" - Par Eve

Objet : Quels sont les produits préférés de nos employés ?

Le + : l'expertise et la mise en avant des salariés



Les commentaires en ligne sont excellents, mais qu'en est-il des recommandations de ceux qui connaissent et conçoivent les produits, ici, chez eve ?

Pour vous aiguiller, on a demandé à nos employés de nous confier quels sont leurs produits préférés et pourquoi - voilà leurs réponses...



le matelas

C'est un peu trop confortable et il semblerait que quelqu'un s'amuse à mordre les pieds du lit - mais je suppose que c'est le propriétaire.
Pico, Responsable des câlins

Vérifier la pertinence de votre communication - Par Decathlon

Objet : Decathlon CHANTEPIE - Enquête catalogues

Le + : impliquer sa communauté et demander un retour d'expérience des clients

DECATHLON



COMPTE



MAGASIN



AIDE



Bonjour melanie,

Nous souhaiterions savoir si vous recevez régulièrement nos catalogues distribués dans votre boîte aux lettres.

JE PARTICIPE

Tout l'équipe de votre magasin CHANTEPIE vous remercie d'avance !



Objet : Comment Mieux Vivre Ensemble selon vous Mélanie ?

Le + : le fond, aller beaucoup plus loin que le service proposé

Comment Mieux Vivre Ensemble selon vous Mélanie ?

Le covoiturage, c'est du partage, du vivre ensemble. Vous le savez mieux que personne.

BlaBlaCar est partenaire de [MieuxVivreEnsemble.org](https://mieuxvivreensemble.org) pour vous permettre d'être actrice du changement en sollicitant vos idées sur le thème "Mieux Vivre Ensemble".

Quelques exemples de propositions à voter :

- *Il faut créer des formations aux outils informatiques pour les personnes âgées ou isolées - Christian*
- *Il faut mettre en place partout des journées de troc pour échanger ce dont nous n'avons plus besoin - Estelle*
- *Il faut créer des potagers partagés dans les villes pour manger sain et jardiner ensemble - Séverine*
- Et la vôtre Mélanie ?

Que vous ayez eu l'occasion d'y réfléchir lors de votre covoiturage ou non, c'est le moment de proposer vos idées, ou voter pour celles des autres !

Proposer ou voter sur
mieuxvivreensemble.org

Demander un avis sur les articles précédemment achetés

Par Décathlon

Objet : Mélanie, quel score pour vos derniers achats ?

Le + : impliquer sa communauté en demandant son avis ! De plus, le visuel avec les étoiles est très incitatif.

DECATHLON


COMPTE


MAGASINS


CONTACT

Votre Avis Compte !

Bonjour melanie,

Merci pour vos achats chez Decathlon.

Envie d'aider les autres sportifs à faire leur choix ?

Envie de nous faire progresser ?

Votre avis est essentiel pour améliorer nos produits !

A vos marques, prêt ? Notez !

> GANTS DE VELO 500 MI-SAISON NOIRS



EXCELLENT



BON



MOYEN



MAUVAIS



TRÈS MAUVAIS



CONCLUSION

Conclusion :

Nous espérons que ce petit échantillon de communications a pu vous donner des inspirations pour vos prochaines campagnes. Il reste bien sûr des communications inévitables sur lesquelles nous avons décidé de ne pas nous attarder, mais qu'il ne faut pas oublier. Pour n'en citer que quelques unes :

- Newsletter
- Vente privée
- Soldes
- Présentation en exclusivité de collection
- Jeu-concours
- Vente flash

Pour toujours évoluer, n'hésitez pas à réaliser des nouveaux scénarios de workflows et à **vous inspirer des stratégies de secteurs d'activité différents du vôtre pour performer et être légitime auprès de vos clients et prospects.**

Sources :

1- MarketingProfs, 2016 - <https://www.hubspot.com/marketing-statistics>

2- The Direct Marketing Association, 2015

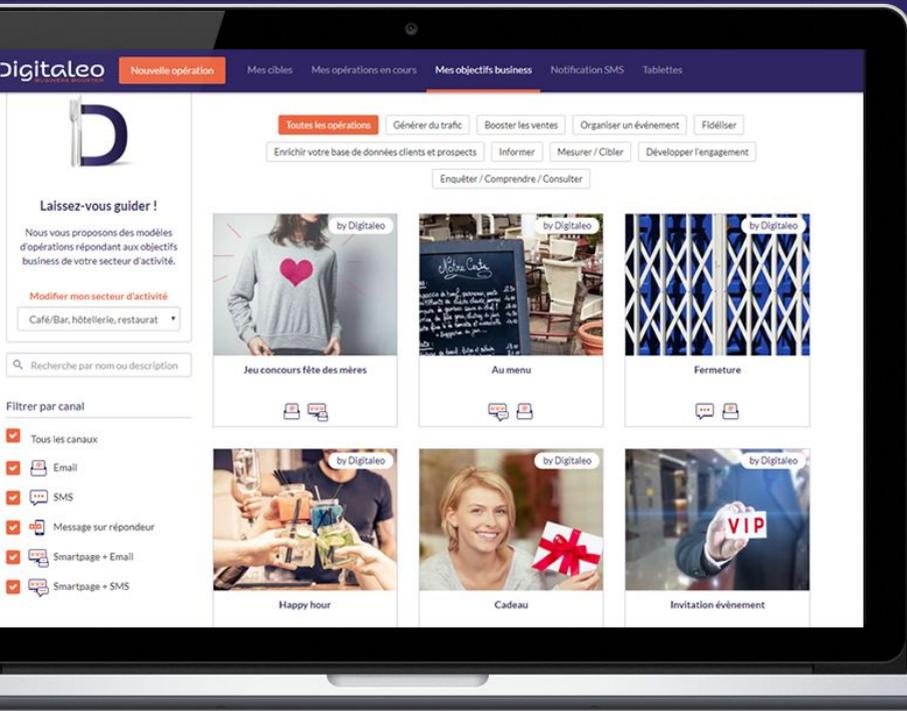
<https://www.hubspot.com/marketing-statistics>

3- Etude : L'hyper-personnalisation, nouvel impératif des consommateurs français - www.relationclientmag.fr

4- Dimensional Research

À propos de Digitaleo : Plateforme de marketing relationnel

Digitaleo vous propose un outil tout-en-un simple et efficace vous permettant de communiquer avec le bon canal pour augmenter votre trafic en point de vente. Plus de 4000 clients nous font déjà confiance et sont satisfaits de la solution.



Découvrez les autres publications sur **Digitaleo**

Comment choisir une solution marketing multicanal ?



15 questions à se poser avant de choisir une solution multicanale

TÉLÉCHARGER MAINTENANT



Digitaleo
BUSINESS BOOSTER

Pour en savoir plus sur nos offres et services,
contactez-nous :

02 56 03 67 00

www.digitaleo.fr

