
Mémoire de Recherche

**Comment conserver et accroître l'intérêt et
l'efficacité des campagnes d'e-mailing ?**


Vincent CHAPUS

Directrice de mémoire : Madame Florence VATIN

Comment conserver et accroître l'intérêt et l'efficacité des campagnes d'e-mailing ?

- I. La rédaction de l'e-mail marketing
- II. Le développement du portefeuille d'abonnés newsletter
- III. La gestion des campagnes
- IV. La mesure des résultats d'une campagne
- V. La délivrabilité des campagnes
- VI. Conclusion

I. La rédaction de l'e-mail marketing

vente-privee.com 


vous invite à la vente en ligne

HOM

Du **lundi 26 juin** (7h00) au **mercredi 28 juin** (minuit)

Hom... Des sous-vêtements innovants et de qualité pour un grand confort...
A des prix séduisants !

[Regarder la bande annonce](#) [S'inscrire à la vente](#)



La bande-annonce propose une partie des produits présents lors de la vente.
Pour la voir, [cliquez ici](#).

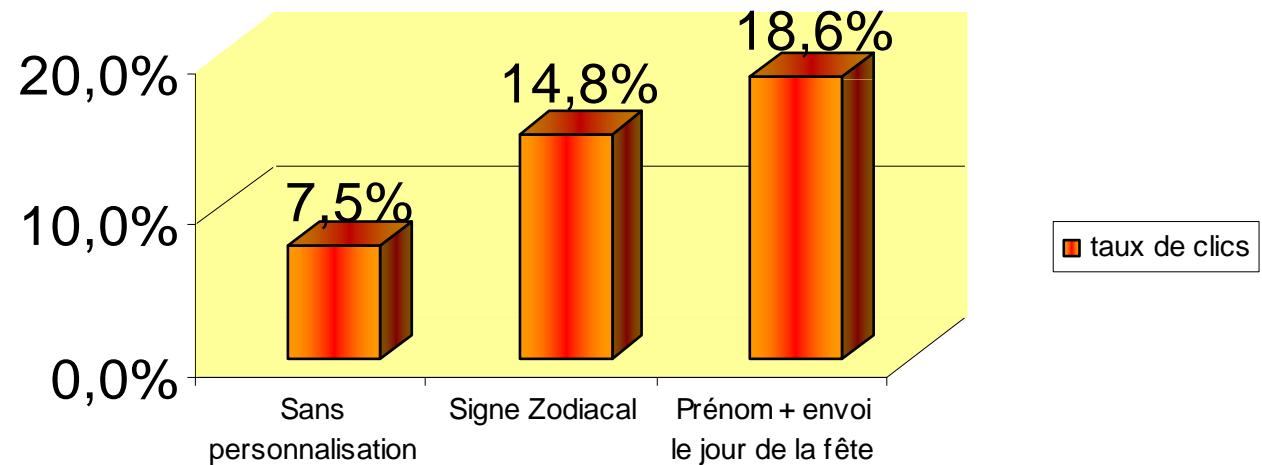
[Pour envoyer cette page à des amis](#) [Information sur les ventes](#)

[Vous ne souhaitez plus recevoir nos offres, cliquez ici.](#)

I. La rédaction de l'e-mail marketing

➤ Optimiser les champs de l'e-mail

Opération de recrutement e-mail pour un jeu concours



→ Exemple du test mené par la société Millemercis

II. Le développement du portefeuille d'abonnés newsletter

http://www.cmonjour.com - CMonJour : Loterie, tombola, jeux de réflexion... - Wanadoo

C Mon Jour DE CHANCE DE RÉFLEXION HEUREUSCOPE TEST

Loterie du Koodpo | Tombola des 500 | Permis2Gagner | Kood'fil | SpeedyCash | Question/Réponses

Identifiant
...
OK
Mot de passe oublié ?
▶ INSCRIVEZ-VOUS

Permis2gagner!
JOUEZ POUR GAGNER
UNE MAGNIFIQUE CITROËN C4 !

Bouclez un maximum d'étapes pendant la durée du jeu, c'est-à-dire jusqu'au 30 juin 2006

Il y a 5 étapes à parcourir chaque jour, et chaque étape validée vous donne droit à un numéro de participation.

Le numéro gagnant sera tiré au sort parmi l'ensemble des jeux effectués jusqu'au 30 juin 2006, et le joueur ayant validé ce numéro remportera la voiture !

avec **ELITE-AUTO®**
Jusqu'à 27,5 % d'économie sur votre véhicule neuf
[Règlement Permis2Gagner](#)

Inscrivez-vous et Jouez !
L'inscription est rapide et gratuite

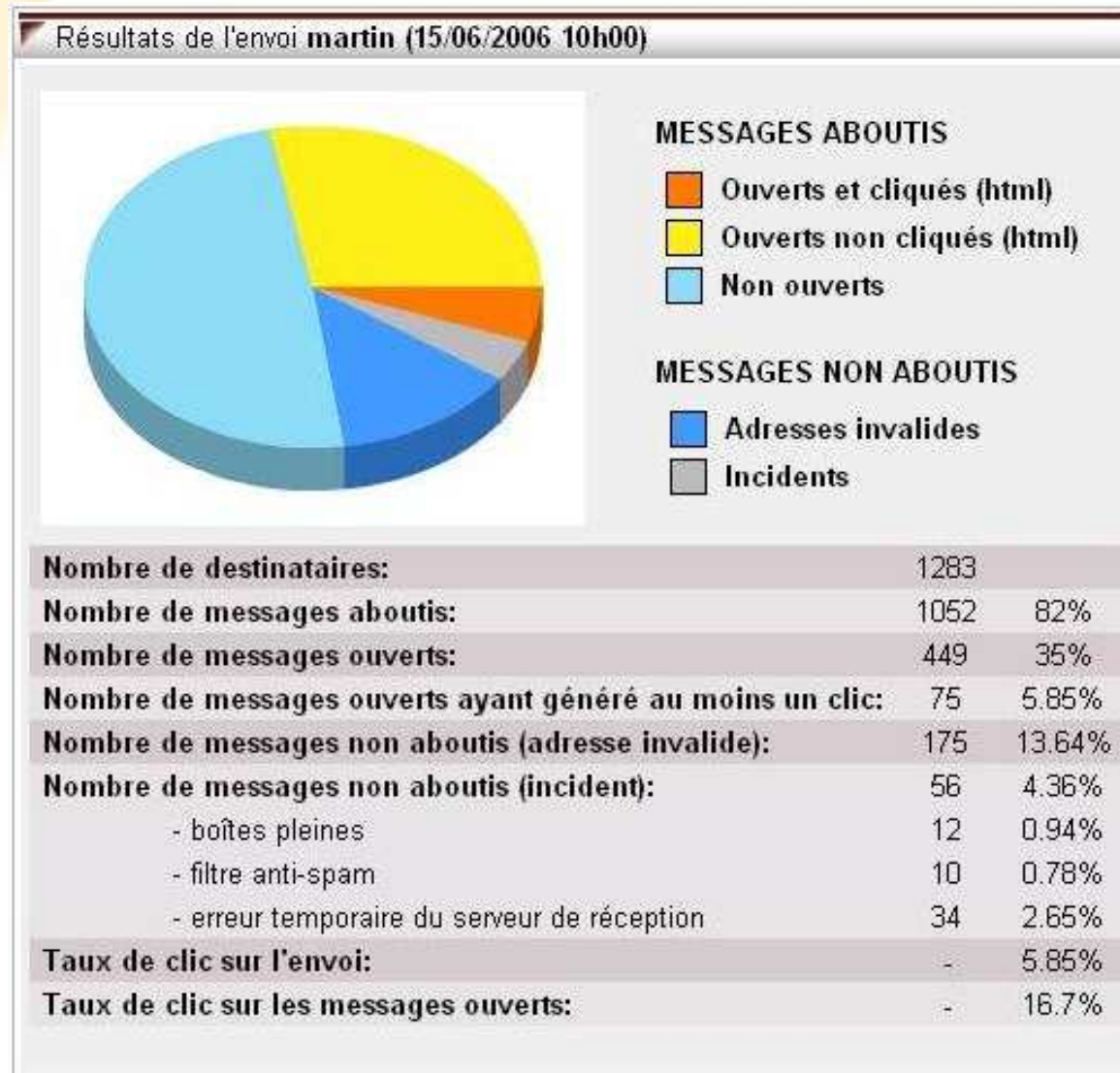
En cadeau de bienvenue je vous offre immédiatement 50 Joursos !

Nom : ...
Prénom :
Date de naissance : 1 / 1 / 2006
Adresse :
Code Postal :
Ville :
Identifiant :
Mot de passe :
Email :
Je souhaite recevoir les bons plans et offres spéciales des partenaires sélectionnés de Cmonjour :
 Oui Non
 J'accepte les conditions générales

II. Le développement du portefeuille d'abonnés newsletter

- ▶ Le recrutement des abonnés en ligne
 - L'emplacement du lien d'abonnement
 - Pop-up d'abonnement en page d'accueil ou en sortie
 - Utilisation de l'appât du gain par un jeu « gratuit »
 - L'abonnement additionnel et de co-abonnement
- ▶ Les actions de recrutement « off-line »
 - Les documents commerciaux (bons de commande...)
 - Le contact en point de vente (coupon d'inscription...)
 - Le centre d'appel (service des renseignements)
 - Les incentives (coupons de réduction, loteries...)
 - Surveiller la qualité du système « off line »

III. La gestion des campagnes



offre, heure,

IV. La mesure des résultats d'une campagne

Statistiques des clics sur l'ensemble de l'envoi

| | Nombre total de clics | Nombre de clics par destinataires distincts |
|---|-----------------------|---|
| Tout lien confondu | 120 | 75 (5.85%) |
| contact: | 0 | 0 (0%) |
| Désabonnement: | 4 | 4 (0.31%) |
| evenements: | 3 | 2 (0.16%) |
| http://www.aed-rent.be/ : | 11 | 10 (0.78%) |
| http://www.aedrent.fr/ : | 10 | 9 (0.7%) |
| instal: | 4 | 3 (0.23%) |
| lien 10: | 2 | 2 (0.16%) |
| lien 11: | 2 | 2 (0.16%) |
| lien 12: | 3 | 3 (0.23%) |
| lien 13: | 20 | 18 (1.4%) |
| lien 14: | 11 | 11 (0.86%) |
| lien 15: | 5 | 5 (0.39%) |
| lien 16: | 25 | 18 (1.4%) |
| lien 8: | 1 | 1 (0.08%) |
| lien 9: | 2 | 2 (0.16%) |
| nouveautes: | 12 | 12 (0.94%) |
| produits: | 5 | 5 (0.39%) |

V. La délivrabilité des campagnes

- Qu'est ce que la délivrabilité ?
- Ampleur et nature du problème
- Comment assurer la délivrabilité des campagnes ?
 - L'optimisation du contenu visible
 - Protocoles techniques d'identification / authentification et « white liste »
 - La mise en carnet d'adresse

VI. Conclusion

- Accroître la personnalisation
- Assurer la technicité des campagnes (timing, optimisation des champs, délivrabilité...)
- Utiliser les diverses mesures pour optimiser les campagnes
- Rester le plus attractif possible (innovation, jeux concours...)
- Utiliser l'attractivité vers les points de vente

MERCI DE VOTRE ATTENTION