

Focus sur le suivi des campagnes e-mailing !

Mesurer l'impact de ses campagnes marketing

Paris, le lundi 25 août 2008 - L'e-mailing séduit de plus en plus de sociétés : qu'il soit destiné à la prospection ou à la fidélisation, personnalisé ou non, l'e-mailing est devenu un canal incontournable dans la stratégie marketing des entreprises. Mais au-delà du simple routage, le suivi se révèle indispensable : **statistiques et analyses sont des outils précieux pour mesurer l'impact de ses campagnes.**

EmailStrategie®, agence e-mailing et webmarketing, se distingue dans ce domaine. Frédéric Buron, son directeur, expose ci-dessous l'intérêt des outils de suivi de campagnes de sa solution WebAsp5.

Statistiques

The screenshot displays the 'EXTRANET Statistiques' interface. On the left is a navigation menu with icons for Linkstats, Statistiques, Evolution, Profiling, Site Web Tracking, Domaines & Configs, FAI & Webmails, MAP pays, Codes Sources, Export XML, and Statistiques par email. The main content area is titled 'LISTE DES CAMPAGNES ENVOYÉES' and includes a 'Comparatif Campagnes' button. Below this is a table of campaigns with columns for date, time, and status. A 'Résumé STATISTIQUES' section follows, featuring 'Export CSV' and 'Print' buttons. The 'ANALYSE DU FICHIER EMAILS' section provides the following data:

Nb emails du fichier :	2992
Nb doublons :	0
Nb emails envoyé :	2992
NB NPAT :	9 (0,3%)
NPAT Hards :	6 (0,2%)
NPAT Soft :	3 (0,1%)
Nb d'envois réussis :	2983
Taux de chute :	0,3%

The 'RESULTATS' section shows:

Taux d'ouverture :	26%
Total emails ouverts :	1385 (46,4%)
Nb emails ouverts uniques :	776 (26%)

The 'ANALYSE GENERALE DE L'ENVOI' section shows:

Nb de visites par visiteurs :	1,78
Taux de clics :	50,8%
Nb de clics :	394 réalisés par 286 personnes

« Prendre le temps d'analyser ses campagnes est une étape souvent négligée au sein des entreprises et des services marketing. Cependant, c'est un passage indispensable si l'on souhaite comprendre et assimiler les bonnes pratiques de l'email marketing » affirme Frédéric Buron.

En effet, les retours sont importants : **taux de clics, taux d'ouverture, liens générant le plus de visites, liste des désabonnés, etc. sont des données significatives qui permettent d'analyser ses campagnes et d'améliorer les suivantes. Par exemple, les liens les plus cliqués traduisent l'intérêt des visiteurs** et donc l'attractivité de certaines informations. Connaître les NPAI et les désabonnés permet également de mieux qualifier sa base de données.

La comparaison des statistiques de plusieurs campagnes s'avère aussi instructive : on peut, par exemple, se rendre compte que le taux de lecture d'un e-mailing est lié à la période de l'année à laquelle on l'envoie (vacances, rentrée...), etc. Toutes ces pratiques ont pour but d'apprendre **à cibler les bonnes personnes, avec les bonnes informations.**

La plateforme WebAsp5 d'EmailStrategie® dispose de 12 modules de Statistiques & Tracking pour mesurer l'impact de sa communication e-mailing : statistiques générales, statistiques d'évolution, Linkstats, FAI & webmails, profiling, SiteWebTracking & ROI, domaines & configurations, Map Pays, export CSV, export XML, codes sources, statistiques par email. On peut suivre en temps réel l'évolution de ses campagnes e-mailing et recevoir, par courrier électronique, les statistiques souhaitées à la fréquence spécifiée.

SiteWebTracking & ROI

Le webtracking, littéralement « *traque sur le Web* », désigne l'art de trouver et suivre une information sur Internet. Appliqué au marketing, il permet **d'analyser le trafic et les ventes réalisées sur son site internet suite à l'envoi d'une campagne e-mailing**, idéal donc pour les sites marchands. L'autre composante essentielle est le ROI, le retour sur investissement.

Parmi les 12 modules présents dans la solution d'EmailStrategie® se trouve le SiteWebTracking & ROI. Tous les visiteurs qui reviendront sur le site Internet et qui passeront commande pourront être identifiés, suivis et rattachés à l'action e-mailing initiale, ce qui permettra d'améliorer significativement le taux de transformation de l'opération.



nombre d'emails du fichier, nombre de NPAI, emails ouverts et ouverts uniques, nombre total de clics, nombre de visiteurs, nombre de transactions

liste des personnes qui ont commandé

liste des liens (produits & services)

suivi du trafic sur site marchand suite à un envoi
Nb visiteurs, nb transactions (ouvertes et réussies), nb articles, CA, panier moyen...

chiffre d'affaires généré (virtuel et validé)

liste des pages vues et nombre de clics

nombre de personnes qui sont revenues directement sur le site internet et montant de leur commande

liste des articles commandés

« Le module SiteWebTracking & ROI permet d'analyser le comportement des contacts. Pour mesurer le retour sur investissement, le service SiteWebTracking suit les internautes qui naviguent et achètent sur le site web du client, qui peut ainsi calculer directement les retombées financières de son action marketing » explique Frédéric Buron.

A propos d'EmailStrategie®

EmailStrategie® propose une offre globale et sur mesure combinant l'e-mailing, le mailing, le fax et le SMS. Chaque annonceur bénéficie des conseils d'une équipe de chefs de projets dédiés et expérimentés dans le domaine de l'acquisition et de la fidélisation on et offline. Diagnostic et conseils stratégiques, conception graphique et rédactionnelle, routage, reporting : les campagnes e-marketing signées EmailStrategie® sont gérées de A à Z et s'appuient sur des « best practices » largement éprouvées.

La plateforme WebAsp5 développée par EmailStrategie® (application hébergée en mode ASP) permet aux utilisateurs de réaliser leurs envois en totale autonomie (Self Service) ou de confier l'intégralité de leurs campagnes email marketing à EmailStrategie® (Full Service).

En sept ans d'existence, EmailStrategie® a gagné la confiance de plus de 300 clients : l'entreprise est aujourd'hui le routeur officiel de Kompass et le partenaire privilégié de nombreux autres loueurs de fichiers, agences de communication, grands comptes, PME et collectivités (BUT, Conseil général de la Mayenne, EDF, France Loisirs, Galeries Lafayette, Groupe Caisse d'Epargne, Groupe Marie-Claire, IBM, International Herald Tribune, L'Oréal, MMA, Nespresso, Reed Expositions, Système U, United Colors of Benetton, Whirlpool...).

Pour plus d'informations : www.emailstrategie.com



Majida GUETTAOUI
Priscilia FARTOUKH
01 41 11 37 89
majida@oxygen-rp.com

emailstrategie®

Aurore CLAIR
05 46 66 10 02
marketing@emailstrategie.com