



E-mail retargeting

Améliorez votre taux de conversion

Vous êtes familier avec la notion d'e-mailing et avec les cookies ? Alors vous savez déjà l'essentiel pour comprendre l'e-mail retargeting et le bénéfice que vous pouvez en retirer pour votre entreprise. En théorie, c'est simple : lorsqu'un internaute se connecte sur un site, un cookie est installé sur sa machine. Ce cookie permet de suivre le consommateur et de l'associer avec des coordonnées présentes dans vos bases de données ou dans celles des partenaires du programme de ciblage. Par la suite, un tag placé sur le site contrôle que l'ordinateur de chaque internaute possède un cookie de retargeting. Si cette condition est remplie, cela signifie que le visiteur est présent dans

la base de données opt-in partenaire du programme d'e-mail retargeting. Dès lors, tout peut s'enchaîner.

Réunir les conditions du succès

En fonction du comportement de l'internaute sur votre site, vous pouvez lui adresser des messages ciblés. S'il interrompt sa visite rapidement, il vous est possible de lui proposer des coupons de réduction pour l'inciter à revenir finaliser son achat. Plus tard, vous pouvez lui proposer des produits en rapport avec son dernier parcours. Bref, lui suggérer intelligemment et par e-mail de vous rendre à nouveau visite est très simple.

Le ciblage par e-mail est une mécanique fine et subtile, qui implique d'agir avec méthode. « *Le principe de base de l'e-mail retargeting, c'est de faire revenir les internautes sur un site donné*, indique Alexandre de Chavagnac, directeur général de Tedemis by Criteo. *Aussi, pour qu'une opération donne de bons résultats, il est indispensable que le site possède un volume minimum de visiteurs. C'est l'audience globale qui contribue à la réussite de l'e-mail retargeting car le "reach" est nécessairement moins élevé via l'e-mail que via le display.* »

Au-delà de l'audience, il faut également s'appuyer sur des scénarios qui permettent de définir, selon le comportement de l'internaute, le type de message ou d'offre →



l'expert



Alexandre de Chavagnac
Directeur général
Tedemis by Criteo

« Un client qui clique sur un e-mail de ciblage clique en fait deux fois : une fois pour ouvrir le message, une autre pour aller vers le site émetteur. »

Optimisez votre taux de conversion avec l'e-mail retargeting



Email Match

Un outsider inventif

Initialement conçue pour les besoins de la SSII Presta-Concept, Email Match a progressivement été ouverte à tous les annonceurs. La particularité de l'offre tient à l'absence de frais de setup. La rémunération s'effectue à la performance (CPA/CPC).

L'ensemble des campagnes est suivi, analysé et réorienté en temps réel par un trafic manager dédié. Des fonctionnalités de blacklistage d'adresses sur certaines opérations ou de promotions, ainsi qu'une base repoussoir contribuent à limiter les effets de surpression.



Eperflex

Un fort potentiel de diffusion

Eperflex est connectée directement à chaque base et à chaque partenaire. La qualité des bases serait l'un des atouts majeurs de cette solution, qui revendique un taux de reach très élevé. 40 % du potentiel de diffusion de l'offre proposée sont en effet une exclusivité

d'Eperflex. Le modèle économique de cette solution offre une grande flexibilité: il est possible de régler au CPC (Cost per click), au CPL/CPA (Cost per lead/Cost per action), selon un mode hybride (CPC plus CPA) ou selon le type d'opération ou les objectifs recherchés.

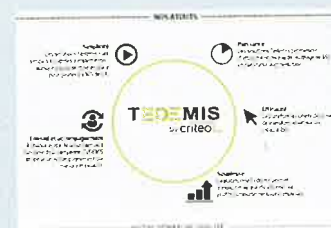


1000mercis

Personnalisable à volonté

S'appuyant sur la mégabase Email Attitude (laquelle comporte 23 millions d'adresses e-mail en Europe), 1000mercis rend possible la personnalisation de l'e-mail adressé à l'internaute. Elle utilise, pour cela, les données déjà existantes dans la base

Email Attitude (nom, prénom et civilité, par exemple) mais aussi les différentes données de navigation (page visitée, dernier produit vu, date de visite, etc.) Différents scénarios peuvent être déployés selon le profil de l'internaute ou les objectifs de l'annonceur.



Tedemis by Criteo

Une référence incontournable

Cette solution passe pour être le leader français de l'e-mail retargeting. À la faveur de son rapprochement avec Criteo, elle ouvre de nouvelles perspectives à ses utilisateurs. En effet, l'outil d'e-mail retargeting bénéficie désormais de la capacité de recommandation

de Criteo, ce qui lui permet d'être encore plus efficace en s'appuyant sur les algorithmes maison. Ainsi, vous aborderez le reciblage sous un angle multicanal afin de vous orienter, selon vos besoins, tantôt vers du reciblage display, tantôt vers de l'e-mail.

→ à adresser. «Avant le lancement effectif d'une campagne d'e-mail retargeting, nous intégrons toujours une phase d'A/B testing, qui nous permet de définir le scénario le plus efficace, aussi bien dans le rythme d'envoi des relances que dans la conception du message», explique Morgan Dufour, responsable du produit Eperflex chez Rentabiliweb. Dans le domaine de l'e-mail retargeting, il faut

s'inscrire dans une démarche d'optimisation continue des campagnes. «Parmi nos fonctionnalités-clés, il faut retenir, par exemple, notre dispositif d'Alerting pour les produits qui ne sont pas en stock. Il est inutile d'envoyer un e-mail de relance sur ce type de références. En revanche, alerter le consommateur quand le produit est à nouveau disponible est tout à fait porteur de sens», affirme Morgan Dufour.

Reste ensuite à choisir le prestataire. Parmi les critères d'évaluation: le taux de "reach" (taux de couverture d'un éditeur au sein de la communauté des internautes). Plus ce taux est élevé, plus votre campagne a de chances d'être efficace. Vient ensuite la capacité de la plateforme à personnaliser les scénarios d'envoi d'e-mail, la réactivité des outils et leur simplicité d'utilisation. ◀ JOSÉ RODA

Optimisez votre taux de conversion avec l'e-mail retargeting






	EMAIL MATCH	EPERFLEX	1000MERCIS	TEDEMIS BY CRITEO
BASE E-MAILS				
Nom de la base	Multitude de bases qui gardent leur nom	Base propriétaire / bases partenaires	Base Email Attitude et bases partenaires	Bases partenaires
Type de base	Pas de base mutualisée	Pas de base mutualisée	Pas de base mutualisée	Pas de base mutualisée
Taille de la base e-mails	35 millions d'adresses	55 millions d'adresses	23 millions d'adresses	57 millions d'adresses
Rémunération de la base	% variable du CA (en fonction des clics)	CPC, CPL / CPA, mode hybride (CPC + CPA)	CPM variable	CPM variable
TYPE D'E-MAILS				
E-mail dédié	Oui	Oui	Oui	Oui
Outil de création de l'e-mail	Email Match	Eperflex	1000mercis	Tedemis
Objet de l'e-mail	Personnalisé en fonction de l'internaute et de la campagne	Personnalisé en fonction de l'internaute et de la campagne	Personnalisé en fonction de la campagne	Suite à votre visite sur le site via l'annonceur
Personnalisation de l'expéditeur	Nom de l'annonceur par nom de la base	Nom de l'annonceur par nom de l'éditeur	Nom de l'annonceur par nom de l'éditeur	Club des sites marchands
Mode de routage	Propre	Propre et partenaires	Propre	3 plateformes de routage
TYPE D'ENVOI				
Nombre de messages	Entre 1 et 5 relances	Entre 1 et 5 relances	1 relance	Entre 1 et 5 relances
Délai après visite	De 2 heures à 30 jours	Paramétrable selon les besoins	Temps réel	De 10 minutes à deux jours
Gestion de la relance	En interne via la plateforme	En interne via la plateforme	En interne via la plateforme	En interne via la plateforme
SUIVI DE L'OPÉRATION				
Taux d'ouverture moyen	Entre 20 et 35 %	Entre 35 et 60 %	Entre 40 et 65 %	Entre 40 et 60 %
Taux de réactivité moyen	18 %	Entre 20 et 40 %	Entre 25 et 45 %	Entre 20 et 40 %
GESTION DES E-MAILINGS				
Opt-in	Oui	Oui	Oui	Oui
Anonymisation des données	Oui	Oui	Oui	Oui
Alerte suppression marketing	Oui	Oui	Oui	Oui
COLLECTE DE DONNÉES PERSONNELLES				
Technique de collecte (cookie / inscription / formulaire)	Éditeur	Éditeur	Email Attitude	Éditeur
Consentement de l'internaute	Géré par partenaires BDD	Géré par partenaires BDD	Géré par partenaires BDD	Géré par partenaires BDD
Temps de conservation des données	Selon cookie	30 jours	Selon directives de la Cnil	30 jours
Durée de vie des cookies	Entre 30 et 90 jours	30 jours	90 jours	30 jours
MINIMUM DE TRAFIC NÉCESSAIRE	100 000 visiteurs uniques / mois	150 000 à 200 000 visiteurs uniques / mois	Aucun trafic minimum requis	Aucun trafic minimum requis 100 000 visiteurs uniques / mois recommandés
FRAIS DE SETUP	Non	Oui	Oui	Oui
ADRESSE	http://www.email-match.net	http://www.eperflex.com	http://fr.1000mercis.com	http://www.criteo.com/fr/email-0