

newsletter, outil de fidélisation performant

exemple du camping "Le Paradis"
vallée Vézère - Périgord Noir



en quelques mots

camping 4* - 200 emplacements - 51 locatifs (dont 27 en gestion propre) - 500 familles, 70.000 nuitées/an, 80% d'étrangers (NL, GB, D, B...)

Saint Léon sur Vézère, un des plus beaux villages de France

premier site Internet en 1995...et près de 87.000 visites et 475.000 pages vues pour la dernière version sur l'année 2009

passage progressif des mailings papier au mailing électronique pour l'envoi des tarifs aux clients fidèles et pour l'envoi des voeux. Depuis 3 ans, les seules éditions papier qui subsistent sont utilisées pour les clients sans mail

7- 1000 dossiers de réservation par an dont 85% sur le net et surtout, 400 conquête pure (réservations directes sur le net sans contact préalable)

Pourquoi une newsletter ?

30-40% de clients fidèles et 20-25% de clients qui viennent via le bouche à oreille

• D'où

- La nécessité de garder le contact avec eux dans une optique de fidélisation
- Tout en proposant une possibilité de contact "push" aux prospects qui arrivent sur le site internet et qui sont intéressés par ses prestations
- Le meilleur outil à notre disposition était la newsletter (graphisme, coût, mesure...)

es choix éditoriaux

vrais articles (contenu) rédigés par un rédacteur professionnel ;

s de renvoi vers le site avec “En savoir +”, la totalité des articles sont dans
re même si bien entendu le lien vers le site est également inclus dans cel

s offres promotionnelles afin d’optimiser le taux de remplissage du campir

e traduction professionnelle en 3 langues (Anglais, Allemand, Néerlandais

création de la lettre au format html par une agence de communication ;

ut cela prend 6 semaines sans le routage, ce qui explique en partie le faib
mbre d’envois.

Le choix de l'externalisation pour le routage

À début de l'expérience, 2 newsletters "faites maison" ont été envoyées. **Ma**

Manque de savoir faire technique pour la gestion des adresses,

Chronophage : 1 semaine de travail pour la gestion des envois, des retours
désabonnements....

Spam,

Risque de voir nos adresses mails blacklistées...

La solution externe s'est imposée d'elle même du fait de son efficacité et de son
faible coût (DoList)

Exemple : création wysiwig ou code html

GESTION DES CONTACTS

Recherche - édition

Ajout - suppression

Segmentation - ciblage

GESTION DES MESSAGES

Modèles et variables

Stockage des documents

Création - édition

Réparation d'un envoi

Autorisation de diffusion

MODULE ONE-TO-ONE

Composants

Segments

Règles

Statistiques campagnes

STATISTIQUES

Suivi des msg créés/envoyés

Base de contacts

Campagnes d'envois

Rapport historique

Stat envoi/ouverture/clic

CAMPAGNES SCENARISEES

Messages CS/événements

Messages CS/conditions

Segments CS/conditions

Réparations CS/conditions

Horodatage des CS/conditions

Statistiques CS/événements

Statistiques CS/conditions

→ ENTREZ LE TEXTE OU LE CODE DE VOTRE MESSAGE

Vous allez copier dans la zone de texte ci-dessous le code HTML ou le texte de votre message. Pensez également à donner un nom à votre projet et à définir le type de message que vous souhaitez envoyer. **Prenez garde à ne pas faire de lignes de codes supérieures à 1024 caractères.**

■ **Nom du projet**

■ **Sélectionnez votre type de message**

Message HTML sans images ou avec images externes. ▾

■ **URL**

Valider

■ **Copiez ici votre code HTML ou texte**

Prévisualiser

Envoyer

Exemples...



Dordogne Newsletter Périgord Noir

N°06

Camping**** Le Paradis - 24290 Saint-Léon sur Vézère - Dordogne - France
Tél. 33 (0) 553 507 264 - Fax 33 (0) 553 507 590 - E-mail : contact@le-paradis.com

Si vous avez des difficultés à lire cette newsletter, [cliquez ici](#)

Edito - Quel drôle de totem !



Aussitôt après l'abolition des privilèges, le peuple vint narguer les puissants en dressant sous leurs fenêtres des arbres qu'ils avaient coupés sur leurs terres sans autorisation. L'habitude s'en est conservée au XIXème siècle dans plusieurs régions, mais ce n'est que dans la nôtre qu'elle est encore bien vivante. Le geste a perdu sa dimension injurieuse et s'est renversé, au contraire, en démarche honorifique. Lors de vos excursions dans notre région, ouvrez les yeux, vous en verrez de nombreux.

Si un "mai" orne l'entrée de notre camping, c'est que Gé Kusters a été réélu conseiller municipal en mai 2008 et que les habitants du village lui ont ainsi manifesté leurs félicitations.



**A SAISIR
Dernière minute !**

Tarifs attractifs pour des Mobil Home

Semaine du 27 juin au 4 juillet :

- Mobil Home tarif couple : 70 € au lieu de 76 € la nuit
- Mobil Home 2 chambres : 86 € au lieu de 92 € la nuit
- Mobil Home 3 chambres : 96 € au lieu de 102 € la nuit

Semaine du 4 juillet au 11 juillet :

- Mobil Home tarif couple : 83 € au lieu de 89 € la nuit
- Mobil Home 2 chambres : 100 € au lieu de 106 € la nuit
- Mobil Home 3 chambres : 110 € au lieu de 116 € la nuit

Réservez dès maintenant par Internet : <http://le-paradis.com/>

Loin de tout et pas coupé du monde

Notre époque nous offre la possibilité de rester en contact avec le reste de la planète, si nous le désirons, où que nous soyons. Notre petit coin des bords de la Vézère ne pourrait pas rester en marge de ce progrès. Désormais deux points de consultation Internet sont à votre disposition, l'un à l'accueil, l'autre dans ce que nous appelons le "Las Yéges". Et si vous apportez votre ordinateur avec vous, vous pourrez vous connecter de n'importe où dans le camping grâce au WiFi. Vacances et claviers font aujourd'hui bon ménage.

Les avantages de la solution externe

Gain de temps

Envois et réceptions sécurisés

Gestion des listes rouges, des changements de nom des FAI, des erreurs de saisies de mails (ex oublie du @)

Statistiques détaillées

Possibilité de segmenter les clients par centre d'intérêt et de garder en mémoire l'historique du client

gestion des news - stats

RAISON DES TAUX D'ABOUTIS

| de l'envoi | Messages aboutis | Messages Envoyés | % des aboutis |
|---|------------------|------------------|---------------|
| 3 - FR-17/06/2009(France et autre pays) | 2745 | 2938 | 93,43% |
| Totaux | 2745 | 2938 | 93,43% |

RAISON DES OUVERTURES DE MESSAGES

Destinataires distincts

Messages aboutis

% d'ouverture sur messages aboutis

D Messages Envoyés

E % d'ouverture sur messages envoyés

F Messages ouverts (y compris reouverture)

| de l'envoi | A | B | C | D | E | F |
|---|------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| 3 - FR-17/06/2009(France et autre pays) | 856 | 2745 | 31,18% | 2938 | 29,14% | 1410 |
| Totaux | 856 | 2745 | 31,18% | 2938 | 29,14% | 1410 |

RAISON DES TAUX DE CLICS

Destinataires distincts ayant cliqué

Destinataires distincts ayant ouvert

% de clics net

Destinataires distincts ayant reçu le message

E % de clics sur les messages aboutis

F Messages Envoyés

G % de clics brut

| de l'envoi | A | B | C | D | E | F | G |
|---|------------|------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| 3 - FR-17/06/2009(France et autre pays) | 160 | 856 | 18,69% | 2745 | 5,83% | 2938 | 5,45% |
| Totaux | 160 | 856 | 18,69% | 2745 | 5,83% | 2938 | 5,45% |

la gestion des news : la base client

STATISTIQUES DE LA BASE DE CONTACTS

| | | |
|--|---------------|-----------------------------|
| Nombre total de contacts dans la base | 11 413 | |
| Nombre de contacts actifs dans la base | 7 949 | 69,65 % du total de la base |
| Nombre de contacts en attente de confirmation d'inscription | 0 | 0 % du total de la base |
| Nombre de contacts désabonnés dans la base [Répartition] | 350 | 3,07 % du total de la base |
| Nombre de contacts "Hardbounce" dans la base | 2 608 | 22,85 % du total de la base |
| Nombre de contacts "SoftBounce" désactivés avec un compteur d'erreurs > 3 | 325 | 2,85 % du total de la base |
| Nombre de contacts inscrits en liste rouge | 78 | 0,68 % du total de la base |
| Nombre de contacts ayant émis une plainte pour spam | 16 | 0,14 % du total de la base |
| Nombre de contacts désactivés temporairement - refusés en masse par le serveur distant | 0 | 0 % du total de la base |
| Nombre de contacts exclus au chargement de fichier | 87 | 0,76 % du total de la base |
| Nombre de contacts expirés (e-mails loués) | 0 | 0 % du total de la base |
| Nombre de contacts au format @sms.dolist.net | 0 | 0 % du total de la base |

La gestion des news : la segmentation

Module ergonomique de segmentation

→ COMPTAGE

■ Comptage d'un champ

Faites votre choix

Compter

■ Comptage d'un champ par segment :

Faites votre choix

Faites votre choix

Compter

→ TYPE DE SEGMENTATIONS

Pour créer un nouveau segment, cliquez

Nouveau segment

Pour consulter les segments d'envois, cliquez

Segments d'envoi e-mail

Pour consulter les segments d'envois TEST, cliquez

Segments d'envois TEST

Pour la personnalisation dynamique, cliquez

Segments de personnalisation dynamique

Pour les campagnes scénarisées sur conditions, cliquez

Segments des campagnes CS/conditions

oins marqué



es résultats

de bons taux d'ouverture même si la tendance est à la baisse

une bonne opération marketing de fidélisation

un retour sur investissement certain :

- coût d'une newsletter est d'environ 900 euros ;
- chaque envoi génère entre 5 et 10 réservations (vraiment mesurées) qui rend l'opération bénéficiaire, mais ce n'est pas obligatoirement le recherché...dans un premier temps

Après 3 années d'utilisation

Il est fait de :

- La tendance à la baisse des ouvertures (env 25%)
- Le temps de préparation très long (6 semaines) qui ne permet pas d'atteindre l'objectif de 4 envois par an

Le Paradis va changer de politique éditoriale :

- Des messages plus courts
- Des messages plus fréquents sous la forme d'infos-flash