

De l'emailing sans épines

Comment imaginer qu'un business aussi concret que la vente de plantes et de rosiers profite pleinement du boom du commerce électronique sur Internet ? Simple et pour plusieurs raisons : d'une part, la cible de clientèle visée par un des plus grands pépiniéristes de France est plutôt rurale et retraitée, population qui est aujourd'hui bien équipée en accès Internet et d'autre part celle-ci compte beaucoup de passionnés de jardinage plus réceptifs à une communication ciblée sur ses centres d'intérêt et actualisée à la saisonnalité du jardinage.

Delbard un pro de la VPC sur Internet

Même si, encore aujourd'hui, la vente en jardinerie représente plus de 80% du chiffre d'affaires, la part réalisée via Internet est en progression constante.

Le site www.delbard.com regroupe toutes les informations dont puisse rêver le jardinier en herbe ou professionnel, en terme de conseils, d'informations et de sélections de produits. Les visites en perpétuelle augmentation depuis ces trois dernières années atteignent 50000 visiteurs uniques par mois. Une belle poussée dans un marché de niche !

Dès le lancement du site, des offres promotionnelles ainsi que des fiches conseils étaient envoyées aux clients inscrits par e-mail. Mais les solutions utilisées en interne ne permettaient pas un suivi précis du comportement de la clientèle par rapport aux offres.

La graine était plantée, mais encore fallait-il la faire grandir.

En 2003, Delbard lance un appel d'offres pour une solution d'emailing professionnel. Le choix s'est porté sur la solution Campaign Commander de Emailvision pour ses multiples atouts. Le tout premier cité par Michel Haddad, Responsable e-commerce chez Delbard est « sa grande convivialité », en effet « après deux heures de formation avec les équipes Emailvision, j'ai pu mettre en place ma première campagne d'emailing en toute autonomie ». Les autres points mis en avant ont été la richesse fonctionnelle des services additionnels de tracking et d'analyse comportementale et également le prix de la solution en mode ASP. Avec l'ASP, les équipes marketing de Delbard n'ont pas eu à installer de logiciel ni mettre en place d'infrastructure technique, la solution Campaign Commander et les bases sont hébergées en toute sécurité dans les infocentres Emailvision. De plus, chaque client bénéficie directement de toutes les évolutions technologiques de la solution, issues de leur demande, de celle d'autres clients ou de développements des équipes Emailvision.

Une semaine de 8 jours.

Après une campagne de recrutement qualitatif opérée ces six derniers mois et relayée par les catalogues, le site Internet ou les sites de partenaires, la base d'adresses email exclusivement « opt-in » compte déjà 25 000 passionnés.

Chaque vendredi, ils reçoivent la « Gazette Delbard » reprenant les conseils saisonniers des meilleurs spécialistes Delbard accompagnés des nouveautés produits et offres spéciales. Suite à cet envoi hebdomadaire, 80% des ventes sont réalisées dans le week-end et les 20% jusqu'à l'envoi de la « Gazette » suivante. Les ventes réalisées par ce canal emailing représente aujourd'hui l'équivalent d'un jour de chiffre d'affaires réalisé sur le site Internet. L'emailing est de loin le canal de marketing direct le plus rentable du groupe Delbard.

Un suivi précis en temps réel

Dès l'envoi de la campagne, les équipes Delbard suivent en direct le trafic : nombre d'envois effectués, les adresses incorrectes, le taux d'ouverture, de clic et de transformation. « Avec Campaign Commander, nous disposons d'éléments d'analyse fiables et précis. Nous pouvons

calculer le retour sur investissement de chaque campagne mais également tester le comportement de nos clients internautes pour des nouveaux produits ou promotions. Selon leur succès, celles-ci seront alors mises en place dans le catalogue papier », précise Michel Haddad.

Un relais de communication pour les jardineries.

Comment relayer un atelier organisé par une jardinerie, annoncer l'ouverture d'un nouveau point de vente ? Par l'emailing bien sûr. Cette fois-ci les outils de ciblage et de géomarketing de Campaign Commander seront utilisés pour sélectionner les personnes susceptibles d'être intéressées par cette information.

Des conseils accessibles sur le web

La réputation des pépinières Delbard s'est construite au fil des décennies sur la qualité des conseils que l'on pouvait obtenir auprès des spécialistes sur le point de vente. Aujourd'hui, des équipes dédiées offrent également le même service sur le web.

Ce dialogue permanent et personnalisé permet de fidéliser les clients internautes qui dépensent en moyenne 20% de plus que les clients traditionnels du catalogue Delbard.

Un outil de mesure pour la stratégie marketing

Delbard a également lancé des campagnes de conquête de clients sur des fichiers opt'in ciblées louées, en utilisant Campaign Commander. Les résultats de ces campagnes (taux d'ouverture, de clic, de transformation) fournis par la solution, ont permis aux équipes marketing de calculer précisément le cout d'acquisition client.

Des projets pour le printemps

Une opération de qualification de la base en cours va permettre à l'équipe marketing Delbard de connaître plus précisément les centres d'intérêt de ses clients, afin de leur adresser une information personnalisée et ciblée.

La solution Campaign Commander pourra alors automatiquement envoyer des campagnes d'emailing entièrement personnalisées selon les centres d'intérêts qu'il aura sélectionnés dans son profil et selon son comportement par rapport aux campagnes précédentes.

D'autres actions sont également en cours avec les équipes de consultants Emailvision et le prestataire informatique de Delbard pour renforcer l'intégration et automatiser le flux d'information entre les solutions d'emailing et de gestion de commandes.

Conclusion

Après plusieurs mois d'utilisation quotidienne de Campaign Commander, les équipes e-commerce de Delbard sont entièrement satisfaites des fonctionnalités de la solution et envisage de profiter de l'implantation européenne d'Emailvision pour dupliquer son modèle de campagnes au-delà des frontières.

www.delbard.com

Chiffres clef emailing au 1^{er} Trimestre 2004 :

50.000 visiteurs uniques par mois

Base de 25 000 inscrits à la Gazette Delbard

Envoi hebdomadaire

12% du CA de la VAD généré sur Internet