



ETUDE DE CAS
L'Agence Interactive



agenceinteractive

L'Agence Interactive accompagne les entreprises et les organismes publics dans la conception, la création et le développement de leurs stratégies internet on-line et off-line. L'Agence Interactive constitue un véritable partenaire dans la stratégie de positionnement, création ou refonte de sites et animation de newsletter.

UNE RELATION INITIEE EN 2005

L'Agence Interactive confie la gestion de ses campagnes à Cabestan depuis septembre 2005.

En juillet 2005, l'Agence Interactive était à la recherche d'un prestataire fiable et reconnu pour la diffusion des campagnes d'e-mailing de l'un de ses clients : Rhône-Alpes Tourisme.

L'objectif : diffuser de l'information touristique sur la région Rhône-Alpes dans le but d'aider les abonnés à préparer leur séjour.

L'Agence Interactive sélectionne alors Cabestan après de **bons résultats tirés d'une étude comparative effectuée sur des plates-formes existantes et pour sa réputation dans le milieu de l'e-mail marketing.**

Pour répondre aux attentes de l'Agence Interactive, Cabestan met en place sa solution disponible en mode ASP. L'envoi des campagnes du Rhône-Alpes Tourisme a d'abord été confié à un chargé de clientèle dédié puis l'Agence Interactive est devenue rapidement autonome sur l'application.

LA STRATEGIE ACTUELLE

5 envois de newsletters différentes pour mieux communiquer avec chaque internaute.

En septembre 2005, l'Agence Interactive diffuse pour le Rhône-Alpes Tourisme une newsletter tous les jeudis auprès de 40 000 adresses. Un an après, le nombre d'abonnés a décuplé pour atteindre **400 000 contacts.**

Au-delà de cette performance, l'intégration systématique de sondages a permis de mieux connaître et qualifier la base de contacts avec un taux de participation de plus de 4%.

Le Rhône-Alpes Tourisme a pu également identifier la valeur ajoutée du contenu des newsletters (5 sujets différents sont abordés chaque semaine) perçue par les abonnés et leurs centres d'intérêts grâce à une analyse des clics.

L'Agence Interactive envoie aujourd'hui **5 types de newsletters pour tenir compte de ces différentes cibles :**

- > une newsletter hebdomadaire adressée au grand public et envoyée à un public francophone depuis septembre 2005,
- > une newsletter mensuelle pour les professionnels du tourisme (prestataires ou institutionnels) depuis septembre 2005,
- > une newsletter thématique dédiée au tourisme d'affaire en français et en anglais depuis avril 2006,
- > une newsletter mensuelle destinée à l'Angleterre et l'Italie depuis avril 2006 ; l'Allemagne, l'Espagne et les Pays-Bas depuis septembre 2006,
- > une newsletter mensuelle spécialisée golf en français et en anglais depuis juin 2006.



ETUDE DE CAS
L'Agence Interactive



Une newsletter hebdomadaire destinée au grand public

Sondage intégré systématiquement dans la newsletter



INDICATEURS CLÉS :

Taux d'ouverture Moyenne de 33% et jusqu'à 65%,

Taux de clic Moyenne de 9% et jusqu'à 28%,

Taux moyen de réactivité Moyenne de 26% et jusqu'à 44%.

ET DEMAIN ?

L'Agence Interactive a réussi ses paris fixés en août 2005 : atteindre 400 000 abonnés aux newsletters du Rhône-Alpes Tourisme et bien connaître leurs profils.

Désormais, les besoins de l'Agence Interactive ont évolué. Elle veut renforcer l'efficacité du dispositif et exploiter davantage la solution Cabestan. L'Agence Interactive souhaite passer d'une stratégie de diffusion à une stratégie de ciblage et de segmentation :

- > grâce à une bonne connaissance de la base de données, l'Agence Interactive peut adapter le contenu en fonction des cibles visées par le Rhône-Alpes Tourisme ce qui lui permet d'être plus légitime et pertinent.
- > pour être plus attractif, l'Agence Interactive choisit de mettre en avant des offres promotionnelles réservées aux abonnés newsletters.

Ces besoins s'inscrivent parfaitement dans le nouveau positionnement de Cabestan : révéler, valoriser, développer et consolider le capital client. Ce concept va leur permettre d'effacer les soucis de cadence et de volume et d'améliorer encore davantage les statistiques notamment en termes de taux d'ouverture et de taux de transformation.