

Paris, le 13 octobre 2011

## **Le Retargeting Email Attitude<sup>®</sup>** **une innovation efficace pour les annonceurs :** **le cas PriceMinister**

Les sites internet et en particulier e-Commerce se caractérisent par des flux de trafic de plus en plus importants et des taux de transformation (en clients, en inscrits...) qui augmentent peu. **L'optimisation du taux de conversion est donc une priorité absolue pour tous les sites** et très souvent l'une des stratégies les plus rentables pour eux.

Depuis plusieurs années, PriceMinister a testé avec succès le **retargeting par bannière** afin d'optimiser son taux de transformation en affichant ses offres sur des sites tiers, auprès de certains de ses visiteurs "non transformés". En complément de ce reciblage par bannière, 1000mercis a proposé à PriceMinister de tester en avant-première sa dernière innovation : **le Retargeting de conquête par email sur la base Email Attitude<sup>®</sup>**.

Pionnier dans le domaine du eCRM en Europe, 1000mercis a toujours eu une politique de R&D intense. Cette capacité d'innovation associée à sa mégabase de données de 23 millions de consommateurs européens, *Email Attitude<sup>®</sup>*, a permis de donner naissance au Retargeting Email Attitude<sup>®</sup>.

L'enjeu était de pouvoir **décliner en conquête l'expertise acquise** en matière de retargeting de fidélisation, notamment pour PriceMinister. L'objectif était donc de s'appuyer sur la mégabase Email Attitude<sup>®</sup> pour recibler les visiteurs du site n'ayant pas transformé lors de leur visite et n'ayant jamais effectué d'achat sur Priceminister. Et ceci en ne ciblant que des personnes "optin" à l'e-mailing et au reciblage, tout en leur offrant un mécanisme de désinscription partielle ou totale qui va encore plus loin que les exigences de la loi.

### **STRATEGIE MISE EN PLACE AVEC PRICEMINISTER**

Le retargeting de conquête par email vise à satisfaire les besoins suivants :

- **Améliorer le taux de transformation** du site PriceMinister. En relançant l'ensemble des visiteurs du site de PriceMinister non encore clients mais présents dans la mégabase Email Attitude<sup>®</sup> et qui n'auraient pas transformé leur visite en achat.
- Ne pas toucher des visiteurs déjà clients. Un des avantages du canal email réside dans la possibilité de dédupliquer avec les individus déjà connus de PriceMinister et inclus dans sa base de données. Ainsi **le Retargeting Email Attitude<sup>®</sup> adresse uniquement des nouveaux prospects**.
- Proposer une approche du recrutement par email beaucoup plus qualitative. Hautement personnalisée, avec la mise en avant dans l'email d'une partie des produits consultés sur le site par l'internaute, cette technique permet à PriceMinister de **communiquer auprès de ses prospects de manière très précise et à valeur ajoutée** sans leur parler de produits ou d'offres qui ne les intéressent pas.

## FONCTIONNEMENT DE LA SOLUTION DE RETARGETING EMAIL ATTITUDE®

Le fonctionnement du Retargeting Email Attitude® est le suivant :



1. Les individus optent de la mégabase Email Attitude® (23 millions en Europe) sont identifiés par un cookie, selon les choix qu'ils ont préalablement exprimés via les options de leur navigateur.
2. Un individu réalise une visite spontanée sur le site de PriceMinister. Cet individu est inconnu du site PriceMinister, mais reconnu par le Retargeting Email-Attitude®.
3. Email Attitude® envoie à l'individu un email de retargeting, au nom de PriceMinister lui proposant un ou plusieurs des produits qu'il a consultés lors de sa visite de PriceMinister.

La mise en place a été simple et rapide pour Priceminister.

1000mercis valide avec chaque annonceur le scénario de Retargeting optimal : proposer le même produit que le produit visité, proposer un email spécifique à une zone 'service' du site de l'annonceur, proposer des mécaniques de cross sell ou de filtrage collaboratif à l'intérieur de l'emailing. PriceMinister, par exemple, a choisi de proposer le lendemain de la visite du site, trois produits visités, s'ils sont encore en stock.

## METHODOLOGIE DU TEST

Pour valider la faisabilité et la rentabilité d'un tel programme, 1000mercis et PriceMinister ont conjointement décidé d'entrer dans une phase de test :

- Test d'un premier message via un envoi simple à 50.000 individus. Exclusion d'un groupe témoin pour mesurer le chiffre d'affaires incrémental pouvant être imputé à une telle action
- Test d'un deuxième message avec changement de visuel et mise en place d'une composante promotionnelle.
- Test d'efficacité d'une séquence de relance : envoi le lendemain de la visite, puis rappel une semaine après pour les individus n'ayant pas acheté entre temps.

Le Retargeting de conquête par email a pour avantage de pouvoir limiter la pression promotionnelle. A part ces 2 emails, les personnes ne seront pas sollicitées pendant un laps de temps d'au moins une semaine, il n'y donc pas de surpression commerciale ou de lassitude pour l'internaute, qui aura reçu deux offres au cœur de ses attentes.

## RESULTAT : DES PERFORMANCES EXCEPTIONNELLES

- Avec un taux d'ouverture unique moyen de 32%, grim pant jusqu'à 43% sur certaines sous-populations, le dispositif de retargeting s'avère très pertinent.
- Le taux de réactivité (= nombre de "cliqueurs" rapporté au nombre d'individus ayant ouvert ce message) est relativement homogène sur les autres segments, avec presque 30%.
- Les trois quarts des clics sont concentrés sur le bloc « produits ». Plus on présente au destinataire des produits personnalisés, plus il clique et transforme.

Le taux de clic unique sur envoi est d'environ 10 % ce qui est exceptionnel pour un email d'acquisition. **L'effet multiplicateur par rapport à un email classique s'établit, selon les segments et les marques, entre x4 et x8.**



**Olivier Mathiot** **Cofondateur de Priceminister** précise « Ces performances très intéressantes notamment d'un point de vue qualitatif en termes de ciblage et d'affinité avec l'internaute font du **Retargeting Email Attitude®** un outil très efficace et rentable dans notre stratégie d'acquisition. Et nous ne sommes qu'au début de notre courbe d'apprentissage de cette technique ! »

**Yseulys Costes**, **Présidente de 1000mercis** ajoute « PriceMinister a été pilote pour la mise en place du **Retargeting de conquête par email**. Aujourd'hui plus de 40 autres annonceurs ont déjà opté pour cette solution dont les premiers résultats montrent une efficacité jusqu'à 10 fois supérieure. »

### A propos du groupe 1000mercis

Pionnier de la publicité et du marketing interactifs, le Groupe 1000mercis a pour mission d'apporter des réponses innovantes aux entreprises qui souhaitent optimiser leurs campagnes de publicité et de marketing sur les médias interactifs (Internet, Mobile, réseaux sociaux...). En proposant une offre couplant conquête de nouveaux clients et fidélisation, 1000mercis s'est rapidement imposé comme un acteur incontournable sur ce nouveau marché. Après l'acquisition d'Occito, spécialiste de la publicité et du marketing Mobile, en mai 2008, 1000mercis a renforcé son positionnement sur ces médias en associant Web et Mobile. Le Groupe emploie à ce jour 180 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 34,3 millions d'euros en 2010. Coté sur Alternext Paris, marché du Groupe NYSE Euronext, 1000mercis est titulaire du label OSEO-Anvar. Plus d'informations sur [www.1000mercis.com](http://www.1000mercis.com)

### Contact presse :

Estelle MONRAISSE - Alter'Com Conseil  
Tél. : 06 60 41 81 52 / [altercom@club-internet.fr](mailto:altercom@club-internet.fr)

### Contact 1000mercis

Constance Page  
Tél : 01 49 49 06 60 / [constance@1000mercis.com](mailto:constance@1000mercis.com)