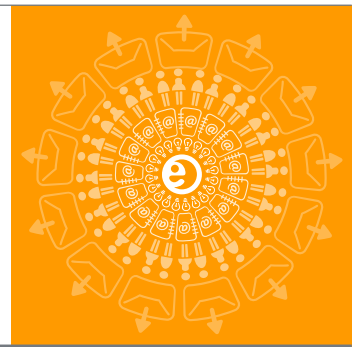


ÉTUDE DE CAS

Volvo perfectionne sa communication ciblée : Coup d'accélérateur sur l'email marketing



→ « Aujourd'hui une communication régulière est indispensable, c'est pourquoi nous attachons autant d'importance à développer et maintenir une relation étroite et personnelle avec nos clients. L'email ou le courrier représente le meilleur moyen pour construire ce type de relations. »

(Oliver Engling, Directeur Publicité et CRM, Volvo Car Allemagne)

 [Logiciel emailing](#)  [Campagnes emails](#)

En Bref

CHALLENGE :

- Acquérir des prospects pour des essais de nouveaux modèles Volvo.
- S'adresser à des groupes cibles spécifiques d'acheteurs de voitures via de la publicité par email.
- Augmenter les taux de réponses des newsletters générales et plus particulièrement, celles concernant les modèles Volvo.

SOLUTIONS :

- Campagnes vidéo-mail créatives au contenu pertinent pour le destinataire.
- Sélection d'adresses qualifiées de la base de données eCircle par âge et agglomération.
- Envoi d'une newsletter clients pour les modèles Volvo C30, V70 et S80.

RÉSULTATS:

- Effets sur la notoriété, acquisition et fidélisation des clients existants par le biais d'une communication adaptée aux intérêts des destinataires.
- Taux de réponses au-dessus de la moyenne avec de bons taux de clics, par ex. pour la newsletter C30: Taux d'ouverture de 82%, taux de clics jusqu'à 60%.

VOLVO Car Germany GmbH

Site :	Allemagne
Branche :	Automobile
Site Web :	www.volvocars.fr
Produits :	Logiciel emailing, Campagnes emails



En segmentant son groupe cible par gamme de voitures pour sa communication email, Volvo atteint de façon constante des taux de réponses extrêmement élevés. De plus, l'attention des clients et prospects pour les emails de Volvo est exceptionnelle : jusqu'à 8 destinataires sur 10 lisent régulièrement la newsletter.

Le constructeur automobile suédois Volvo s'engage, depuis près de 80 ans, à atteindre les normes de sécurité les plus élevées et à les intégrer dans un design scandinave attractif de grande qualité. De nombreux nouveaux modèles innovants caractérisent l'image de la marque cette année; il n'est donc pas surprenant que Volvo recherche de nouveaux modes de communication à succès.

→ Compléter efficacement les actions marketing existantes par l'emailing

Avec la mise en place de l'email marketing, Volvo renforce sa stratégie : ainsi le support email n'est pas uniquement un amplificateur des autres modes de communication online, mais accompagne surtout les campagnes classiques avec comme objectif d'augmenter les taux de réponses de façon mesurable.

Selon Oliver Engling, Directeur Publicité et CRM chez Volvo Car (Allemagne), il est clair que les clients et prospects Volvo glanent de l'information sur internet et qu'ils communiquent bien évidemment aussi par email. « Une communication régulière est indispensable, c'est pourquoi nous attachons autant d'importance à développer et maintenir une relation étroite et personnelle avec nos clients. L'email ou le courrier représente le meilleur moyen pour construire ce type de relations. »

→ Une approche ciblée est impérative

La communication email habituelle chez Volvo se fait par groupe cibles spécifiques et par gamme de voitures. En tant que prestataire full service, eCircle a envoyé, en plus de la newsletter générale, trois newsletters spécifiques pour commercialiser les modèles C30, V70 et S80 (créées par Vancado, Cologne). Au cœur de la mise en œuvre de cette stratégie d'emailing, se trouve la solution d'envoi d'emails eC-messenger, qui permet, entre autres, des sélections complexes et une analyse complète des newsletters et campagnes.

« Avec eCircle, nous avons trouvé un partenaire qui sait comment répondre à nos exigences élevées en terme de marketing ciblé »

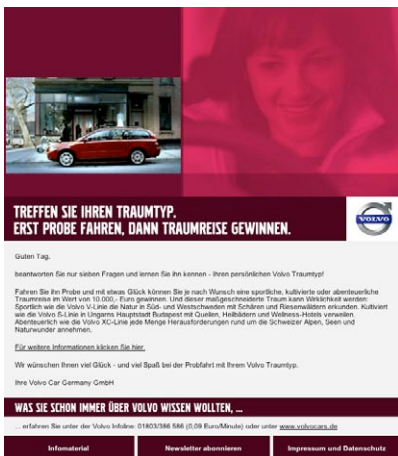
Oliver Engling
Directeur Publicité et CRM
Volvo Car Allemagne

➔ Des campagnes innovantes pour compléter les communications régulières

Avec le slogan « Rencontrez l'homme idéal », le constructeur automobile a testé le concept consistant à utiliser deux fois la même campagne : une fois dans une publicité télévisée puis une deuxième fois dans une campagne d'email vidéo envoyée à un tiers de confiance. Un email vidéo permet, grâce au streaming, l'envoi d'un email contenant un clip vidéo sonore qui apparaîtra directement dans la fenêtre de prévisualisation d'emails du destinataire. L'objectif de la campagne emails conçue par eCircle (créée par Vancado, Cologne) était de générer des essais de nouveaux modèles Volvo auprès de prospects ainsi que de développer la notoriété de la marque. Aussi, une approche spécifiquement ciblée était indispensable pour cette campagne. 100 000 adresses email issues du groupe cible « personnes de 30 ans et plus vivant en zone urbaine » ont été sélectionnées dans la base d'adresses email optin d'eCircle.

➔ Un marketing ciblé rentable : Volvo atteint des taux de réponses remarquables

« Ne serait-ce qu'avec notre newsletter générale, nous avons atteint des taux de réponses supérieurs à la moyenne » se réjouit Oliver Engling. Des taux d'ouverture de 48 % et des taux de clics jusqu'à 20 % sont désormais courants dans leurs statistiques. Ces résultats sont même dépassés par les taux de réponses de la newsletter Volvo C30 qui affiche des taux exceptionnels avec 82% d'ouvertures et jusqu'à 60% de clics. Même les deux autres newsletters spéciales ont régulièrement des résultats bien au-dessus des attentes avec des taux d'ouverture pouvant atteindre jusqu'à 65% et des taux de clics marque autour des 35%. Si les résultats de ces newsletters ciblées sont si élevés, c'est que Volvo a su axer avec succès sa communication sur les besoins de ses clients et prospects. « Jusqu'à 8 destinataires sur 10 lisent régulièrement la newsletter de Volvo », déclare Engling. « La pertinence est la clé du succès ».



Email vidéo « Rencontrez l'homme idéal »

Les newsletters spécifiques pour les modèles C30 et V70

➔ La newsletter générale atteint des taux d'ouverture de 48 % et des taux de clics jusqu'à 20 % qui sont désormais courants dans les statistiques Volvo. Ces résultats sont même dépassés par les taux de réponses de la newsletter C30 qui affiche des taux exceptionnels avec 82% d'ouvertures et jusqu'à 60% de clics.

→ Conclusion

L'exemple Volvo démontre qu'une communication email avec le client est totalement adaptée à ce genre de problématique et ce, tout particulièrement pour les constructeurs automobiles proposant une large gamme de modèles. Les taux de réponses élevés parlent d'eux-mêmes.

Seuls 6% des utilisateurs de l'email marketing ont atteint d'aussi bons résultats en 2005 (Source: Marketing Sherpa - Etude Benchmark de l'email marketing - Octobre 2005)

Ce qui est sûr, c'est que des secteurs qui jusqu'à présent étaient éloignés d'Internet à l'image des constructeurs automobile, seront de plus en plus présents sur la toile à l'avenir.

Si votre objectif est l'acquisition de nouveaux clients et la fidélisation de vos clients existants, l'email marketing vous offre indubitablement des outils permettant de compléter judicieusement le marketing mix. Les logiciels emailing professionnels, vous permettent de procéder à des sélections complexes et facilitent la personnalisation. ■



→ www.ecircle.com → info-fr@ecircle.com → +33 (0)1 53 80 48 00

France :
eCircle SARL
2, Cité Paradis
75010 Paris

Allemagne :
eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München

Grande Bretagne :
eCircle Ltd.
5-9 Hatton Wall
London EC1N 8HX

Italie :
eCircle S.r.l.
Via San Gregorio, 40
20124 Milano

→ **A propos d'eCircle:** eCircle est un des leaders européen de l'email marketing. eCircle possède à la fois la base de données la plus complète destinée à l'emailing et à la génération de leads, et un logiciel emailing à la pointe de la technologie dédiée à la gestion de campagnes emails. Depuis 1999 eCircle élabore des solutions d'emailing innovantes et efficaces consacrées à l'acquisition de clients et à la fidélisation. De nombreux grands comptes et agences, comme Citibank, Ferrari, Nintendo, Samsung ou encore Hewlett Packard font confiance à l'expertise d'eCircle ainsi qu'en l'implication de ses employés. eCircle compte plus de 160 collaborateurs. Le siège social est à Munich en Allemagne et la société possède des bureaux à Paris, Londres et Milan.