

Netquattro Sports muscle sa politique de relation client grâce à la plateforme Dolist-EMT dédiée aux e-mails transactionnels

Netquattro Sports, e-commerçant et leader français sur le secteur du fitness, développe ses pratiques en matière d'e-mail transactionnel et dresse un premier bilan de ses orientations stratégiques aux côtés de Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing.

Bordeaux, le 15 juin 2010 - Cherchant à optimiser la délivrabilité de ses e-mails transactionnels ainsi que leur suivi, Netquattro a fait appel aux compétences de Dolist, spécialiste et challenger du marché de l'e-mailing. C'est désormais via la nouvelle plateforme dédiée à ce type de messages, la Dolist-EMT, que Netquattro fait aboutir les e-mails transactionnels de ses sites dietboutique.fr, fitnessboutique.fr et musculation.fr dont les marchés s'étendent à plusieurs pays européens.



L'intégration des e-mails transactionnels au cycle de vente online

L'e-mail transactionnel, appelé également message de service, s'intègre dans une stratégie scénarisée et personnalisée d'envoi de messages ciblés. Ces envois se déclenchent automatiquement à la suite d'une transaction notamment. Totalement intégrable au cycle de vente online (confirmation de commande, d'expédition de colis, de livraison...), l'e-mail transactionnel intéresse tout particulièrement une entreprise de e-commerce telle que Netquattro.

Afin d'améliorer le suivi post-achat ainsi que la réactivité de ses communications, Netquattro a parfaitement su intégrer les messages de service au cycle de vie de la commande. Cette stratégie s'est en premier lieu concrétisée par la création de 3 types d'e-mails transactionnels : les confirmations de commande, le suivi des livraisons et les relances pour impayés.

Et avec une commercialisation étendue à 5 pays différents, ce sont plus de 100 modèles de messages optimisés, authentifiés et consultables sur n'importe quel type de support (messaging, webmails, smartphones), qui ont été élaborés.

L'e-mail transactionnel : une solution au débordement du call center

Avant de faire appel aux services de la plateforme Dolist-EMT, la gestion des envois des e-mails transactionnels était réalisée via un outil interne à Netquattro posant de nombreuses difficultés : une délivrabilité fortement impactée avec de sérieux problèmes pour passer les filtres anti-spam des FAI, le manque de retours statistiques tant sur l'aboutissement que sur la performance des messages, l'augmentation des retours négatifs post-transactions et des volumes d'appels entrants.

"Auparavant, seulement 60% de nos e-mails transactionnels aboutissaient dans la boîte de réception de nos clients", déclare Sébastien Saulnier, Directeur des systèmes d'information de Netquattro. Avec un volume d'envoi mensuel supérieur à 30 000 messages, il s'agissait de plus de 12 000 e-mails bloqués sur le réseau. "Cette situation n'était plus tenable ! Elle provoquait d'une part, une forte insatisfaction chez nos clients qui ne recevaient pas tous les e-mails de suivi, et d'autre part, un débordement de notre call center. Avec plus de 200 appels supplémentaires par jour, cela générait des coûts trop élevés pour notre entreprise".

"Notre principal objectif en utilisant la plateforme Dolist-EMT était donc d'améliorer la délivrabilité de nos e-mails transactionnels. Et nous observons aujourd'hui une nette augmentation de leur taux d'aboutissement avec une délivrabilité proche des 100%. Cette optimisation a eu pour effet de réduire de manière significative le volume de retours clients et d'améliorer par conséquent leur satisfaction à notre égard", ajoute Sébastien Saulnier.

Le rôle transversal de l'e-mail transactionnel dans la relation client

Les e-mails transactionnels envoyés par Netquattro étaient jusque là le domaine réservé du service Technique. Une de leur motivation était de travailler avec une interface de gestion plus accessible pour investir davantage le service Marketing. Celui-ci peut enfin s'impliquer : suivi des statistiques, optimisation des messages de services et de leur contenu, intégration d'offres promotionnelles...

Autre point d'amélioration lié à la mise en place d'un API en web-services entre la plateforme Dolist-EMT et l'outil de CRM interne : Netquattro intègre désormais facilement les statistiques des e-mails transactionnels dans sa base client. Ainsi, selon le taux d'ouverture enregistré, le service client peut par exemple déterminer le canal de communication le plus efficace pour contacter un client (e-mail ou téléphone).

Enfin, dernier objectif de Netquattro : améliorer son taux de recouvrement. C'est via le potentiel de traçabilité des messages de la plateforme Dolist-EMT que Netquattro peut suivre les performances de ses e-mails de service (délivrabilité, ouvertures, clics, réactivité). Communiquées au service comptable, ces données statistiques sont dorénavant utilisées à bon escient pour distinguer les clients qui ne reçoivent réellement pas les messages de relance pour retard de paiement de ceux qui les ignorent. Adaptant ainsi ses stratégies d'approche des 'mauvais payeurs', Netquattro a su nettement améliorer son taux de recouvrement tout en facilitant le travail de son service comptable.

"Nous sommes très satisfaits des fonctionnalités offertes par la plateforme Dolist-EMT ainsi que des conseils fournis par Dolist. Le niveau d'écoute et d'accompagnement des équipes du support technique de Dolist a énormément facilité l'intégration de la plateforme Dolist-EMT à notre interface de gestion interne. Pour conclure, nous bénéficions désormais d'atouts évidents pour optimiser encore davantage nos e-mails transactionnels liés aux services après-vente et, par la même occasion, notre politique de fidélisation client", conclut Sébastien Saulnier.

A propos de Netquattro Sports

La société Netquattro est spécialisée dans la distribution multi-canal d'appareils de fitness, musculation et de produits diététiques pour les particuliers et les professionnels.

Netquattro, c'est une équipe de 66 personnes gérant au quotidien 7 sites Internet et 20 magasins en France et en Espagne. Plus connu sous le nom de son enseigne FitnessBoutique, elle est aujourd'hui le leader français sur ce secteur.

Informations et accès aux boutiques en ligne : www.netquattro.com

A propos de Dolist

Depuis sa création en 2000, Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, propose des solutions et services d'e-mailing et d'envoi de sms, facilement accessibles par Internet. Grâce à ses plateformes SaaS (Software as a Service), disponibles 24h/24 et 7j/7, les annonceurs disposent en ligne de tous les outils nécessaires à la réalisation de leurs campagnes. Dolist offre également une gamme complète de services, de la sous-traitance de prestations techniques au conseil en stratégie e-mail marketing. Des solutions technologiques sont fournies aux professionnels de la communication et du marketing direct pour le compte de leurs annonceurs.

Plus de 750 clients et annonceurs font confiance à Dolist : 64, Adidas, Altares, Beezik, Ciel, Clairefontaine, Cofinoga, CRT Aquitaine, Cultura, Feu Vert, Fondation l'Abbé Pierre, FordRent, Hachette, Hôtels Mercure, Infolash, Sud-Ouest, Laboratoires Pierre Fabre, Lafuma, Logis de France, Marmara, Max Havelaar, New Look, NRJ Mobile, One Direct, Orange, Pfizer, RATP, Ravensburger, Reed Business, Sage, Société Générale, Solidarité Sida, Voyages Auchan, WWF...

Informations et actualités : www.dolist.net

Contacts presse

Carine Lennuyeux

RP² Paris

+33 (0)6 84 10 73 02

carine.lennuyeux@rp-aucarre.com

Jean-Paul Lieux

Directeur associé de Dolist

+33 (0)6 89 84 22 52

jpl@dolist.net