

Clichy, le 14 septembre 2010

## Etude\* Altics – Emailvision :

### **Plus de ventes grâce à des newsletters e-commerce performantes**

*A l'occasion des soldes d'été, Emailvision et Altics ont mené une étude sur la performance des newsletters e-commerce. L'enquête, menée auprès de 50 personnes sur la base de 20 newsletters de sites marchands, repose sur la technologie Eye Tracking\*\* permettant d'analyser les usages des utilisateurs et de comprendre leurs attentes.*

### **Connaître le comportement de ses internautes et prendre en compte la disparité hommes/femmes dans les critères d'ouverture.**

70% des utilisateurs déclarent recevoir un nombre trop important de newsletters qui les amène à effectuer une plus grande sélection au moment de l'ouverture du mail. Il est donc primordial de connaître les attentes des destinataires afin de multiplier les chances d'ouverture.

L'étude illustre notamment l'importance de l'attractivité du prix dans une newsletter mais également les modes comportementaux qui diffèrent entre les hommes et les femmes. **En effet, il existe une disparité hommes/femmes dans les critères d'ouverture : les femmes étant plus sensibles aux prix et aux promotions présentés alors que les hommes accordent plus d'importance aux besoins et à l'expéditeur.**

### **5 règles d'or à respecter pour optimiser sa newsletter en période de soldes**

Quelles sont les attentes des e-shoppers/e-shopperes ? Que regardent-ils précisément dans les newsletters e-commerce ? Quelle est l'importance de l'objet et du contenu mail ? Quelle plate-forme e-mailing utiliser ?

#### **L'étude aboutit à 5 règles d'or à respecter :**

1. Annoncer dans l'objet la plus grosse promotion et faire preuve d'originalité.
2. Afficher dans la newsletter ce qui est mis en avant dans l'objet.
3. Centrer la newsletter sur les soldes et non sur d'autres promotions ou articles.
4. Mettre en avant des catégories afin d'afficher toute la gamme du site.
5. Mettre en évidence les produits et leur promotion (ancien et nouveau prix).

***Olivier Marx (Altics, stand J6) et Cyrille Saulnier (Emailvision, stand G2) auront le plaisir de commenter cette étude et d'apporter de nombreuses précisions sur le sujet lors d'une conférence qui se tiendra le mardi 21 septembre à 14h à l'occasion du salon E-Commerce Paris 2010 (Porte de Versailles).***

**\*Etude Altics-Emailvision :** 50 utilisateurs ont été recrutés dans le cadre de cette étude. Ils ont été accueillis individuellement par une consultante ergonomiste dans le laboratoire de tests Altics. Durant 30 minutes, l'utilisateur a complété chacune des 3 étapes détaillées. 20 newsletters sont réparties en 4 groupes de 5 newsletters pour chaque participant. Chaque groupe comportait 12 utilisateurs.

**\*\*Eye Tracking** : technique visant à suivre le parcours de l'œil de l'internaute sur un site web. L'Eye Tracking est ainsi utilisé par les webmasters ainsi que les ergonomes pour faire des choix de conception et de design de sites Internet. Un internaute sert donc de "cobaye" en parcourant un site. Le mouvement de son œil est enregistré pour être analysé. L'analyse du mouvement de son regard permet d'améliorer l'ergonomie du site.

---

**Emailvision est cotée sur Alternext - Code ISIN : FR0004168045 / MNEMO : ALEMV**

### **A propos d'Emailvision ([www.emailvision.com](http://www.emailvision.com))**

Emailvision est le 1<sup>er</sup> éditeur international de logiciels Software as a Service « SaaS » pour l'email marketing. La Société fournit un service logiciel par internet permettant aux entreprises de gérer, délivrer et automatiser leur programme de marketing par email. Le groupe offre un service international unique grâce à un réseau de filiales dont les Etats-Unis, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Suisse, la Belgique, les Pays-Bas, l'Espagne, la Suède, le Danemark, la Finlande et l'Italie.

### **A propos d'Altics ([www.altics.fr](http://www.altics.fr))**

Altics - User Analyst - révèle votre potentiel de résultats e-commerce en activant 3 leviers de performance :

- 1) Altics étudie vos Utilisateurs et identifie leurs comportements et attentes à chaque étape du cycle d'achat ;
- 2) Altics optimise l'expérience d'achat de vos clients sur votre lieu de vente : vos Interfaces ;
- 3) Altics vous guide vers les bonnes Décisions en pilotant par le ROI votre chaîne de valeur.

Expert reconnu en e-merchandising, Altics - User Analyst - est doté de la technologie Eye Tracking.  
*Souriez, avec Altics vos résultats vous disent Merci !*

## CONTACTS

---

### **EMAILVISION**

**Nathalie Chaboche**  
Tél. : 01 41 27 27 17  
[nchaboche@emailvision.com](mailto:nchaboche@emailvision.com)

### **AGENCE ACTIFIN**

**Nadège Morlais**  
Tél. : 01 56 88 11 29  
[nmorlais@actifin.fr](mailto:nmorlais@actifin.fr)