

Plus de ventes avec des newsletters performantes !

Soldes d'été



20 newsletters de sites marchands passées au crible

En partenariat avec: **emailvision**



Juillet 2010

L'Edito d'Altics > Olivier Marx



**Si vous souhaitez
participer à nos
prochaines études**

Votre contact :
Olivier Marx

04 72 76 94 00 -
win@altics.fr

Paris, le 28 juillet 2010

Soldes d'Eté + Newsletter = (encore) plus de Chiffre d'Affaires !

Tous les e-Marchands le savent : les Newsletter boostent le Chiffre d'Affaires.

Toutes les e-shoppeuses connaissent les bonnes affaires des Soldes d'Eté.

Comment augmenter votre performance e-Mailing pendant les soldes ?

Quelles sont les attentes des e-shoppeurs ?

Quels sont les objets plébiscités ?

Quels contenus privilégier ?

Quelles sont les bonnes pratiques ? Les erreurs à éviter ?

Altics et Emailvision vous souhaitent (rayez la mention inutile)

- une belle lecture
- de bonnes vacances
- un bon retour
- et surtout de bonnes ventes !

Olivier Marx, Fondateur

L'Edito d'Emailvision > Cyrille Saulnier



emailvision 

Pour optimiser la performance de vos campagnes emailing, il faut donner envie au destinataire d'ouvrir le message : là est votre premier challenge !

Une fois que votre client a ouvert le message, il ne faut pas le décevoir et mettre en avant l'offre promotionnelle qui était annoncée.

Au-delà de la création du message, l'étude illustre également l'attractivité du prix et les modes comportementaux qui diffèrent entre les hommes et les femmes.

Nous sommes heureux d'être associés à cette étude qui propose un aperçu des meilleures pratiques d'optimisation de vos campagnes. Cette étude soulève également la question autour du choix des outils à mettre en place afin que vos prochaines campagnes d'emailing soient lues par le plus grand nombre.

En vous souhaitant une bonne et instructive lecture !

Cyrille Saulnier, Client Service Director EMAILVISION

Inédit > Études EYE TRACKING

Newsletters e-commerce



Soldes e-Commerce prêt-à-porter



Publicité sur la presse en ligne



Tunnel d'achat e-Commerce



A télécharger sur altics.fr

Découvrez nos
livres blancs

Pour des campagnes
e-mailing
qui décoiffent



30 leçons de séduction pour
convaincre vos visiteurs dès
la page d'accueil

A télécharger sur altics.fr

1. Introduction

- > Méthodologie
- > Démarquez-vous en période de soldes !
- > Connaissez-vous le comportement de vos internautes ?

2. Décision d'ouverture

- > Une disparité hommes/femmes dans les critères d'ouverture
- > Soldes > Découvrez les objets qui suscitent l'ouverture

3. Parcours de la newsletter

- > Ne décevez pas avec un objet trop prometteur
- > Jouez sur le graphisme pour susciter l'envie
- > Mettez au premier plan les promotions
- > Accompagnez les promotions avec des visuels produits
- > Clarifiez vos newsletters pour une meilleure compréhension

4. Arrivée sur le site

- > Guidez vos internautes vers les soldes

5. La typologie des newsletters

6. Conclusion : Comment réussir vos newsletters en période de soldes !

Introduction



Introduction

>MÉTHODOLOGIE

>DÉMARCHE D'INVESTIGATION

>ENTONNOIR DE CONVERSION

>CROISEMENT DE DONNÉES

>DÉMARQUEZ VOUS EN PÉRIODE DE SOLDES!

> CONNAISSEZ-VOUS LE COMPORTEMENT DE VOS INTERNAUTES?



Une démarche résolument centrée utilisateurs

Démarche d'investigation

50 utilisateurs ont été recrutés pour cette étude. Ils ont été accueillis individuellement par une consultante ergonomiste dans notre laboratoire de tests. Durant 30 minutes l'utilisateur a complété chacune des 3 étapes détaillées.

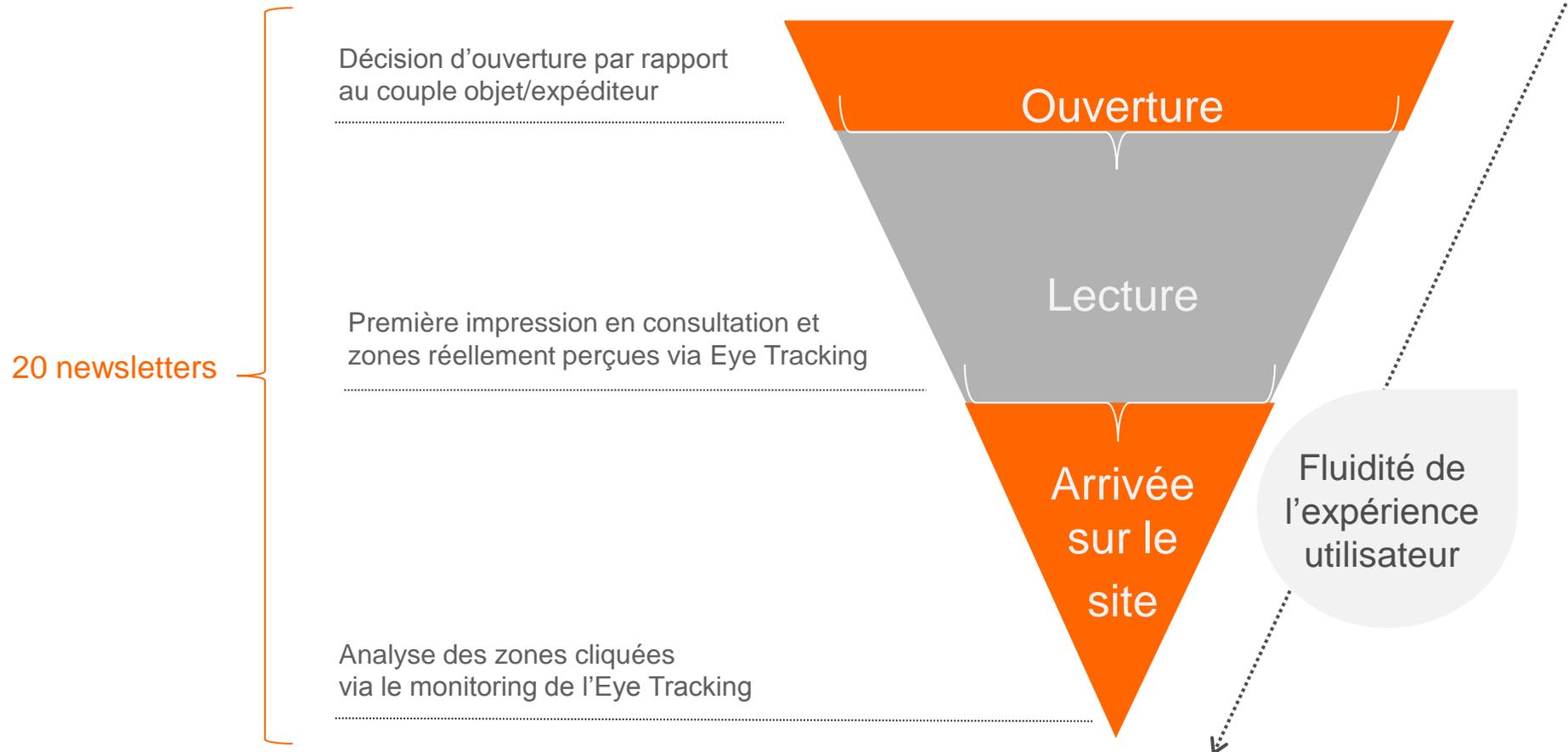
Les 20 newsletters sont réparties en quatre groupes de cinq newsletters pour chaque participant. Chaque groupe comportait 12 utilisateurs.

Les 4 phases du test utilisateur :

1. L'utilisateur évalue l'objet et indique si oui ou non il aurait ouvert le mail.
2. Il consulte ensuite les newsletters.
3. Il évalue sur une échelle de 0 à 5 le contenu et l'apparence de chaque newsletter.
4. Un débriefing est ensuite effectué sur chacune des newsletters présentées.

Entonnoir de conversion

Entonnoir de conversion de la newsletter



Une étude qui vous permettra d'augmenter votre taux d'ouverture et de clics en période de soldes en vous démarquant des autres

Un recueil de données varié pour extraire des informations de qualité

Croisement de données

Les utilisateurs ont parcouru les trois étapes clés. Ils ont exprimé leurs attentes et avis à travers différentes méthodes de recueil de données : le questionnaire, le scoring (attribution de notes), l'Eye tracking et l'interview.

263 personnes ont répondu au questionnaire sur une base de 1000 envois.

Le tableau ci-contre présente le croisement des méthodes de test utilisées lors de cette étude.

Chaque pictogramme associé à une méthode vous permettra de repérer la source des données au sein de ce document.



Ex : correspond à des données issues du questionnaire.

Croisement des méthodes de recueil de données :

	Questionnaire 	Scoring 	Eye tracking 	Interview 
Ouverture	✓			✓
Lecture	✓	✓	✓	✓
Clic			✓	✓

Présentation des newsletters étudiées

Les 20 sites sont :

- 3 Suisses
- Atlas for men
- Blanche porte
- But
- Camaïeu
- Celio
- Excedence
- Habitat
- La maison de Valérie
- La redoute
- Mathon
- Okaidi
- Quelle
- Rugby shop
- Sarenza
- Spartoo
- Surcouf
- Tape à l'œil
- Vitrine Magique
- Yves Rocher



Légende

« Ceci est une verbalisation négative »

« Ceci est une verbalisation positive »

Question

Verbalisation issue de nos entretiens avec les utilisateurs

Questions posées par le consultant au cours de l'entretien



Erreurs de clics des utilisateurs



Clic d'un utilisateur

Introduction

>MÉTHODOLOGIE

>DÉMARCHE D'INVESTIGATION

>ENTONNOIR DE CONVERSION

>CROISEMENT DE DONNÉES

>DÉMARQUEZ VOUS EN PÉRIODE DE SOLDES!

> CONNAISSEZ-VOUS LE COMPORTEMENT DE VOS INTERNAUTES?



Démarquez-vous en période de soldes !



70% des utilisateurs déclarent recevoir un nombre trop important de newsletters.

Ceci les amène à effectuer une plus grande sélection au moment de l'ouverture.

Il est donc primordial de connaître les attentes de vos internautes pour multiplier vos chances d'ouverture !

Une seule consigne : Démarquez-vous !

« J'en reçois 2 ou 3 par jour, j'essaie de faire le tri, j'en ouvre 2 ou 3 par semaine »



« On est inondé de mails publicitaires, il y en a trop on ne les lit plus »



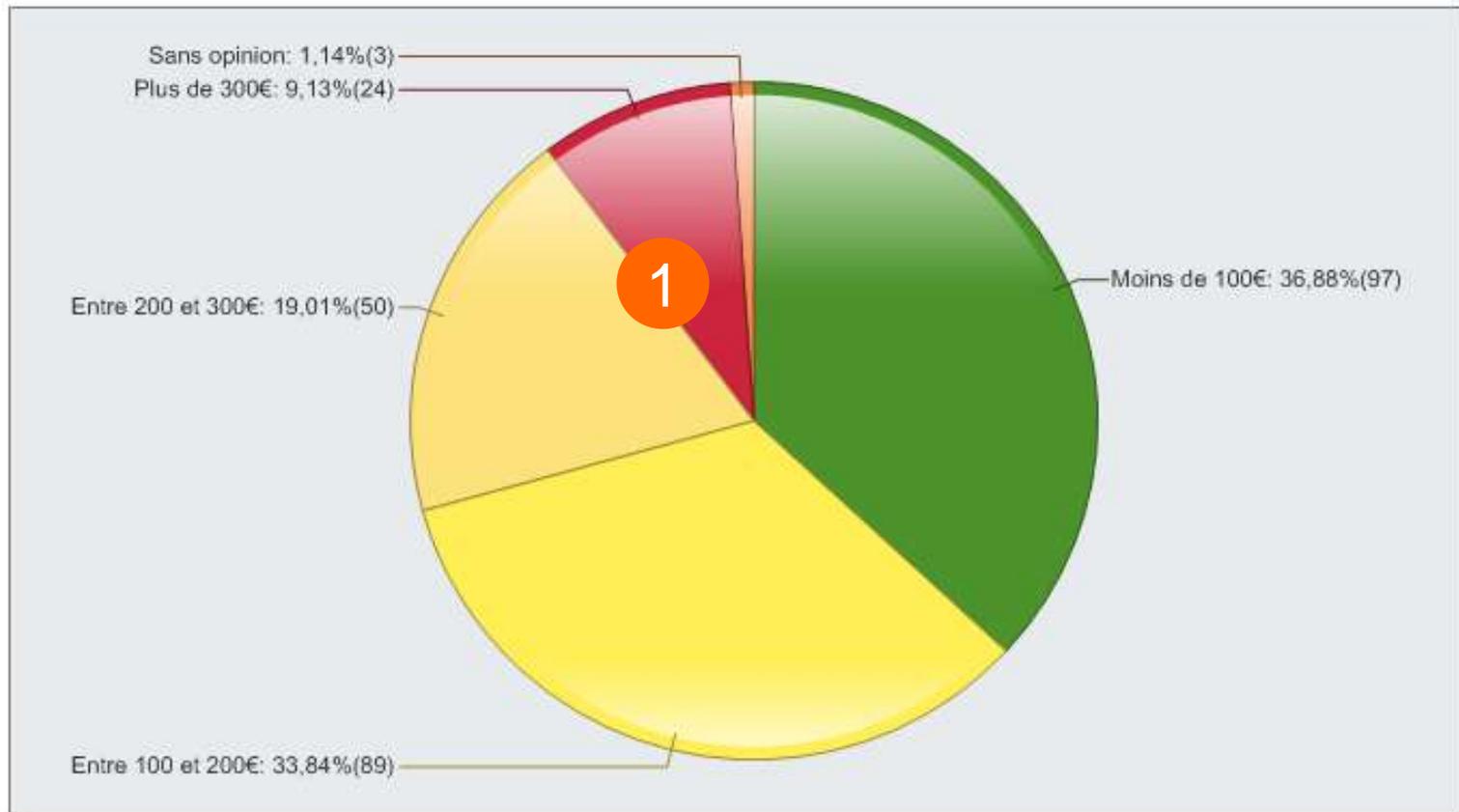
Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs





Près de 30% des répondants dépenseront plus de 200€ durant les soldes

Quel budget allez-vous accorder aux soldes cette année ?

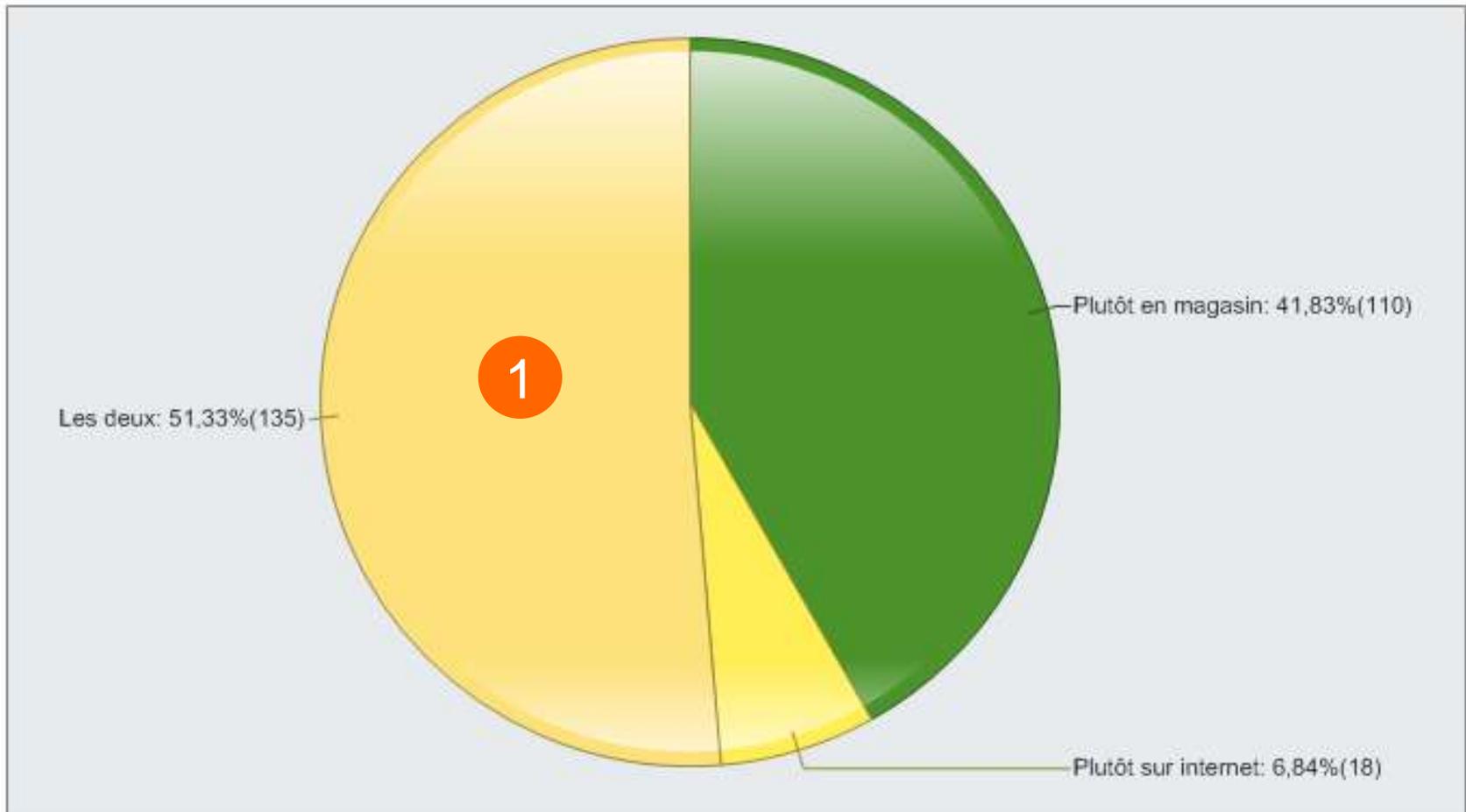


Nombre de répondants : 263



Soldes : internet et magasins indissociables

En période de soldes, achetez-vous ?

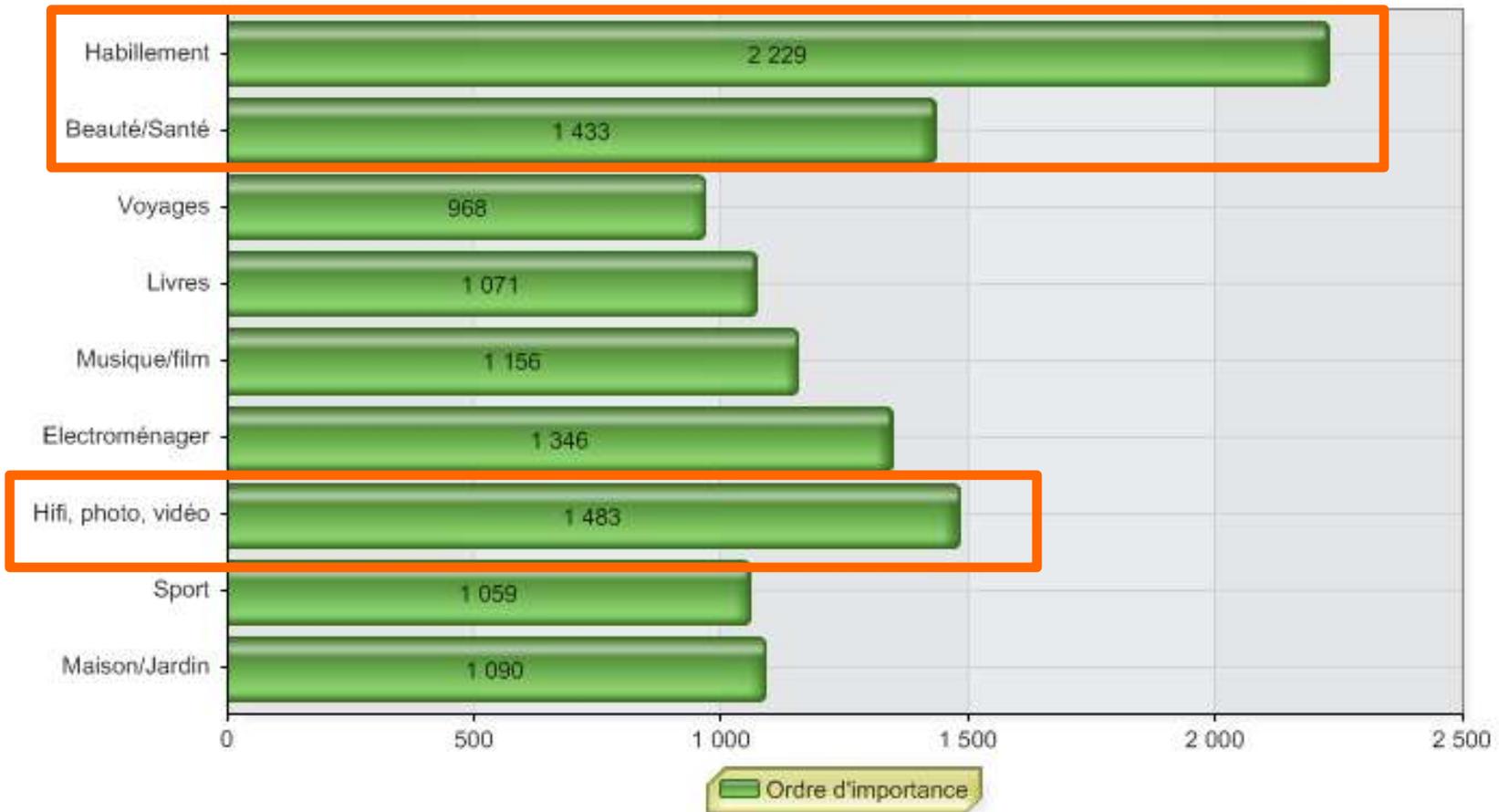


Nombre de répondants : 263



L'habillement, la Hi-Fi et la beauté trois secteurs clés durant les soldes

Classez les secteurs ci-dessous suivant l'importance que vous leur accordez en période de soldes.



Les scores indiqués sur le graphique correspondent au total de points attribués suivant la place au classement.

Nombre de répondants : 263

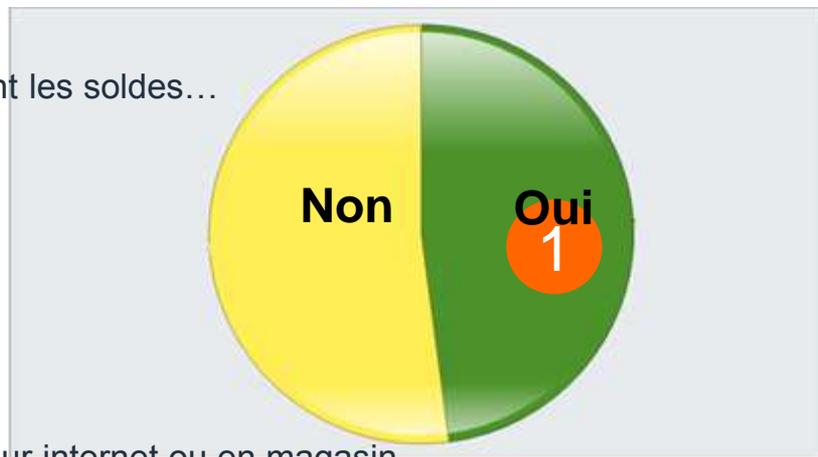


La moitié des répondants repère les produits avant les soldes

1

Avant le lancement officiel, préparez-vous les soldes en repérant les produits ?

48% des répondants préparent les soldes...



... principalement en flânant sur internet ou en magasin

2

Comment procédez-vous pour préparer les soldes ?



Près de 15%
des répondants
consultent
davantage les
newsletters avant
les soldes

Nombre de répondants : 263

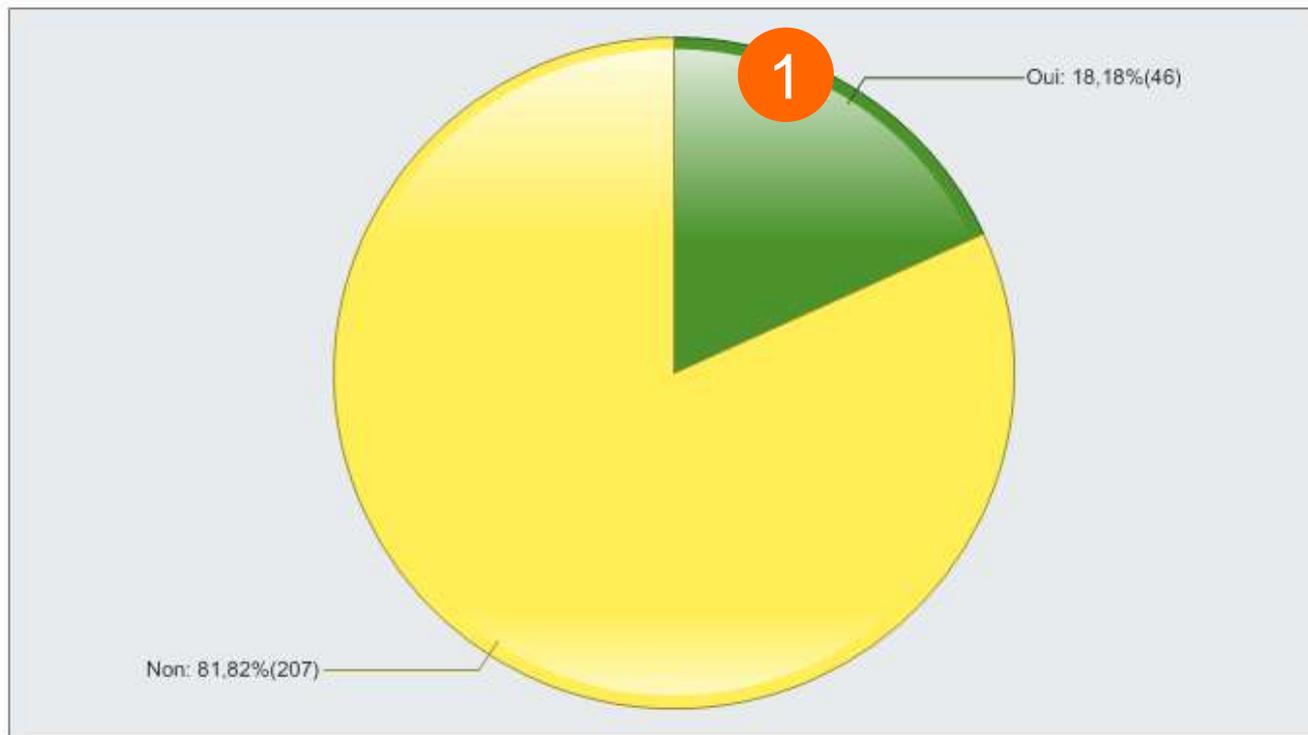


Les newsletters un moyen d'informations durant les soldes

1

Vous inscrivez-vous davantage aux newsletters avant la période des soldes ?

En période de soldes 20% des répondants s'inscrivent davantage aux newsletters

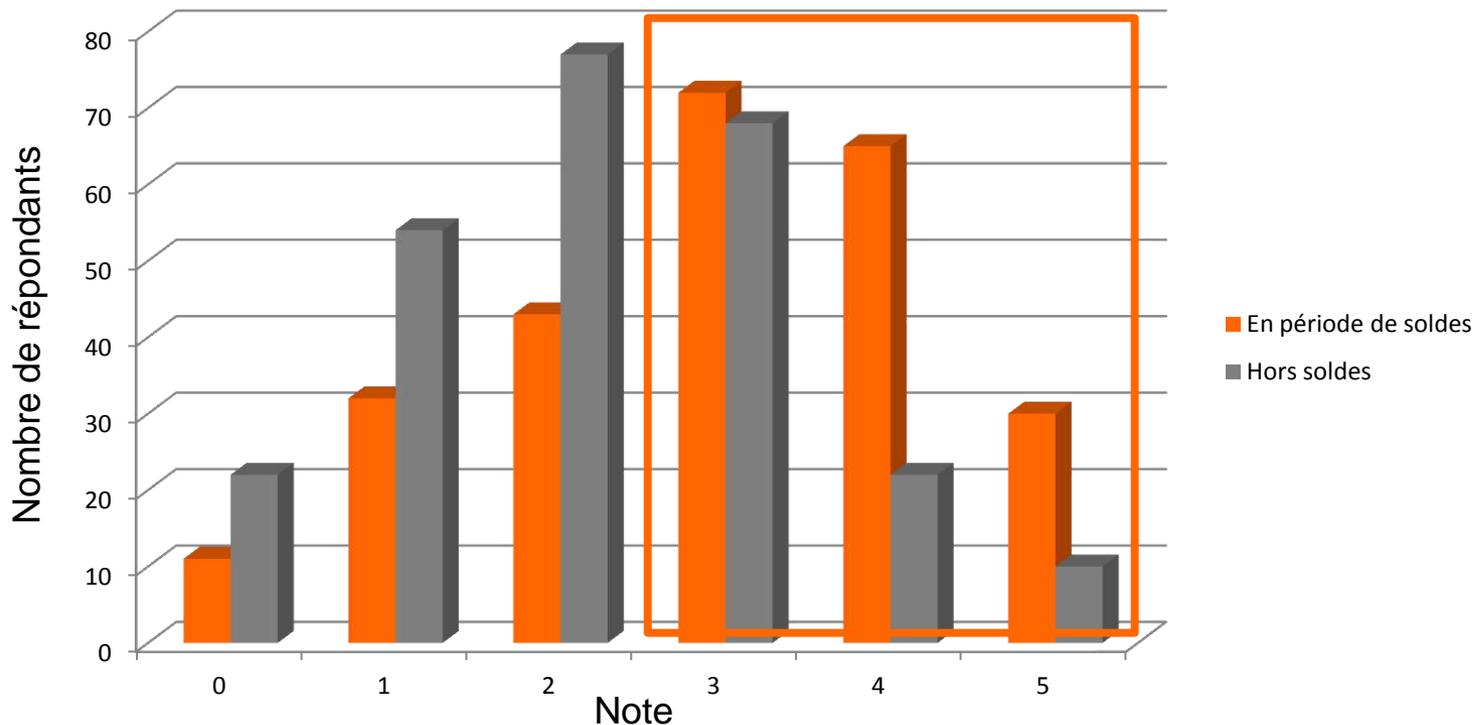


Nombre de répondants : 263



Une attention plus forte aux newsletters en période de soldes

Sur une échelle de 0 à 5, quelle importance accordez-vous aux newsletters ?
(0 étant aucune importance; 5 beaucoup d'importance)



66% des internautes accordent plus d'importance aux newsletters en période de soldes contre 39% en période normale !

Nombre de répondants : 263



1. Un tiers des utilisateurs consacre plus de 200€ aux soldes
2. Internet et magasins : deux canaux de distribution incontournables pour 50% des répondants en période de soldes
3. L'habillement, la Hi-Fi et la beauté : des secteurs clés
4. Les newsletters, un moyen de préparer les soldes et de s'informer
5. 20% des internautes s'inscrivent davantage aux newsletters en période de soldes

Profitez des soldes pour inciter à l'inscription et augmenter votre base de données

Décision d'ouverture



Décision d'ouverture

UNE DISPARITÉ HOMMES / FEMMES DANS LES CRITÈRES D'OUVERTURE
SOLDES: DÉCOUVREZ LES OBJETS QUI SUSCITENT L'OUVERTURE





Des femmes sensibles aux prix & des hommes aux besoins

Quel élément prenez-vous particulièrement en compte lors de la décision d'ouverture d'une newsletter ?

Hommes

- 1 40% → Le besoin
- 2 40% → L'expéditeur
- 3 20% → Le domaine

Femme

- 1 55% → La promotion
- 2 26% → L'expéditeur
- 3 19% → Le domaine

Pour les femmes c'est les promotions qui priment dans la décision d'ouverture, pour les hommes c'est davantage le besoin et l'expéditeur



Des hommes qui consultent les newsletters par besoin

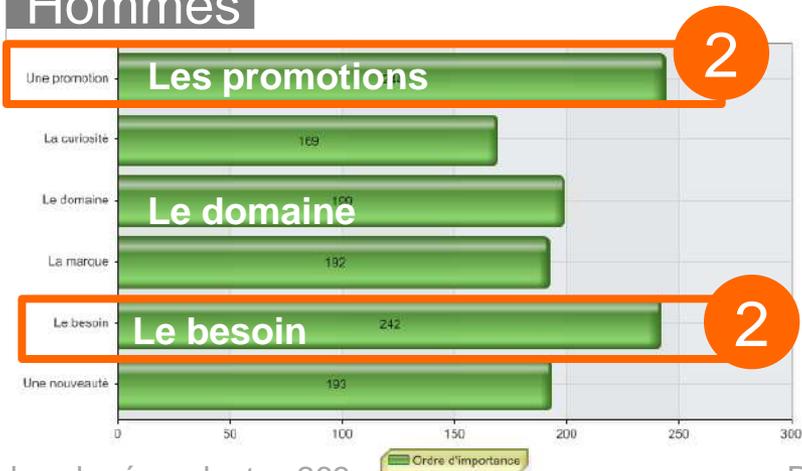
Classez les éléments ci-dessous suivant leur ordre d'importance lors de votre décision d'ouverture d'une newsletter.

Femme



1 Pour les femmes les promotions se démarquent nettement des autres propositions et sont suivies par le besoin, puis la marque

Hommes



2 Pour les hommes, le besoin et les promotions arrivent au même niveau en termes de priorité dans la décision d'ouverture

Les scores indiqués sur le graphique correspondent au total de points attribués suivant la place au classement.

Nombre de répondants : 263

Points

Décision d'ouverture

UNE DISPARITÉ HOMMES / FEMMES DANS LES CRITÈRES D'OUVERTURE
SOLDES: DÉCOUVREZ LES OBJETS QUI SUSCITENT L'OUVERTURE



Annoncer les soldes n'incite pas à l'ouverture...



« Non, je n'ouvre pas! »
(décision basée uniquement sur l'objet)

		Pourcentage d'utilisateurs ayant dit « non »
Vitrine Magique	Les Soldes Vitrine Magique commencent !!	64%
Yves rocher	Les SOLDES... 3, 2, 1 PARTEZ !	45%
3 Suisses	Aujourd'hui, dès 08h00 : les SOLD3S c'est parti <nom> !	34%

Des objets pauvres en contenu qui n'incitent pas à l'ouverture

Les internautes ont besoin de connaître ce qui les attend avant d'ouvrir !

Pourquoi ?

« Pas assez complet. Les soldes, on sait que c'est les soldes, qu'ils parlent de montants, de réductions, des bonnes affaires... »

« Ils devraient annoncer le pourcentage de leurs soldes. Les soldes c'est partout, là il n'y a rien qui donne envie d'aller voir »



« En plus, ils parlent de l'horaire ils auraient mieux fait de mettre une promotion »

Pourcentages et propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



... des pourcentages de réduction « peu » élevés ne suffisent pas non plus !

« Non, je n'ouvre pas! »

(décision basée uniquement sur l'objet)

		Pourcentage d'utilisateurs ayant dit « non »
Tape à l'oeil	Weekend Soldes, j'en profite : jusqu'à -50% sur la mode enfant !	57%
Camaïeu	Les Soldes jusqu'à -60%, c'est parti !	43%
Sarenza	Soldes chaussures jusqu'à -50% et livraison gratuite : c'est parti !	43%

Des soldes et promotions à longueur d'année qui rendent les internautes plus exigeants...

Mettez en avant vos autres atouts pour inciter à l'ouverture

Pourquoi ?

« Le pourcentage de réduction chez Sarenza n'est pas assez élevé malgré la livraison gratuite »



« Du -60%, pour un site comme Camaïeu, c'est pas assez »

« En plus l'objet est le même que toutes les newsletters que je reçois toute l'année, ça ne change pas »

Pourcentages et propos recueillis auprès des 50 utilisateurs

Proposer du choix dans les produits soldés...

« Oui, j'ouvre ! »

(décision basée uniquement sur l'objet)

		Pourcentage d'utilisateurs ayant dit « oui »
Spartoo.com	« Soldes jusqu'à -60% : 7 000 modèles à prix cassés ! »	64%

Mettre en avant le nombre de modèles en soldes permet de montrer aux internautes qu'ils vont avoir **le choix**

Un élément décisif en période de soldes !

Pourquoi ?

« C'est le '7000 modèles', le choix qui m'a frappée en priorité »

« J'aime bien, il y a plein de choix »

« Ils font des bonnes soldes puis le nombre de modèles on se dit qu'on en trouvera forcément un ! »



Pourcentages et propos recueillis auprès des 50 utilisateurs

... jouer sur les durées limitées ...

« Oui, j'ouvre ! »

(décision basée uniquement sur l'objet)

Quelle La Source	« SOLDES de l'été : vite <prénom> les meilleurs prix partent vite ! »	Pourcentage d'utilisateurs ayant dit « oui »
		70%

Les durées limitées, un élément qui attise la curiosité et pousse à l'ouverture

Pourquoi ?



« C'est bien joué, on a envie de voir ce qui part vite »

« 'Les meilleurs prix partent vite' ça met la pression j'ai envie d'en profiter »

Pourcentages et propos recueillis auprès des 50 utilisateurs

... éblouir avec de fortes promotions...



« **Oui, j'ouvre !** »
(décision basée uniquement sur l'objet)

		Pourcentage d'utilisateurs ayant dit « oui »
Mathon	SOLDES MATHON jusqu'à -60%: c'est parti!	89%
Blanche porte	SOLDES jusqu'à -70% : c'est maintenant !	89%
Habitat	Soldes d'exception Habitat jusqu'à -50%. Et -15% supplémentaires pour vous !	89%
Okaïdi	Soldes jusqu'à -70% : C'est parti !	86%
La maison de Valérie	Jusqu'à -70%, ça démarre très fort !	71%

En période de soldes, **les promotions** sont l'élément clé

Proposer vos meilleures affaires dès l'objet !

Pourquoi ?

« Parce que 50% c'est intéressant avec 15% supplémentaire pour les clients, ça peut être vraiment pas mal »

« Parce que je n'ai pourtant besoin de rien mais l'objet à -70 % ça fait ouvrir »

« Le -60% chez Mathon, c'est tape à l'œil !»



Pourcentages et propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



... & faire preuve d'originalité !



« **Oui, j'ouvre !** »
(décision basée uniquement sur l'objet)

		Pourcentage d'utilisateurs ayant dit « oui »
La redoute	Jusqu'à -70% : à vos démarques, prêt, shoppez !	100%
Excédence	Jusqu'à -85% : les SOLDES font fondre les prix !	100%

L'humour permet de se démarquer des autres mais sans oublier ce qui intéresse vos internautes :
les promotions

Originalité et bonnes affaires, les clés du succès

Pourquoi ?

« C'est l'objet qui donne envie, le ' faire fondre'et les -85% »

« Il y a jusqu'à moins 70% et je trouve le slogan vraiment bien, c'est marrant le jeu de mots »



Propos et pourcentages recueillis auprès des 50 utilisateurs



Parcours de la newsletter



Parcours de la newsletter

- >NE DÉCEVEZ PAS AVEC UN OBJET TROP PROMETTEUR
- >JOUEZ SUR LE GRAPHISME POUR SUSCITER L'ENVIE
- >METTEZ AU PREMIER PLAN LES PROMOTIONS
- >ACCOMPAGNEZ LES PROMOTIONS AVEC DES VISUELS PRODUITS
- >CLARIFIEZ VOS NEWSLETTER POUR UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION



Ne décevez pas avec un objet trop prometteur

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Atlas for men

© 2014 Atlas For Men. Tous droits réservés. [CGV](#)

ATLAS FOR MEN PARTAGEONS NOTRE PASSION DE L'AVEVENTURE
VÊTEMENTS & ACCESSOIRES Outdoor pour Homme

C'EST EN CE MOMENT !
SOLDES -60%
SUR LES VÊTEMENTS & ACCESSOIRES

<p>LE SARS À PICOUS "NEW ZILAND"</p> <p>15€20 à partir de 30€</p>	<p>CHEMISE SARRISE STOPES</p> <p>15€80 à partir de 30€</p>	<p>LE PULL D'ÉTÉ</p> <p>19€96 à partir de 40€</p>
<p>LOT DE 3 PAIRES DE CHAUSSETTES ARABESQUES</p> <p>7€80 à partir de 10€</p>	<p>PONCHO EN LAINES PACIFIC</p> <p>19€80 à partir de 40€</p>	<p>CEINTURE EN CUIR</p> <p>10€ à partir de 20€</p>
<p>POLO HOMME</p> <p>8€ à partir de 10€</p>	<p>LOT DE 2 PULLS BLANC & NOIR</p> <p>13€20 à partir de 30€</p>	<p>BERMUDA BATTLE BATTLE PICOUS</p> <p>12€60 à partir de 20€</p>
<p>PANTALON BATTLE ADVENTURE</p> <p>18€40 à partir de 40€</p>	<p>CHEMISE LANETTE D'ÉTÉ</p> <p>11€60 à partir de 20€</p>	<p>LOT DE 2 TEE-SHIRTS BENICHE</p> <p>12€ à partir de 20€</p>

→ JE PROFITE DES SOLES

→ JE PREVIENS MES AMIS

Collation
 Paiement sécurisé
 Service au client
 Service après-vente
 Atlas For Men est membre affilié de la F1000, la Fédération des Centres de Vente à Distance.

Offre valable jusqu'au 31 août.
 © Atlas For Men. Tous droits réservés. [CGV](#)
 © Tous les produits sont vendus en France et peuvent être Atlas For Men. [CGV](#)

Un objet peu incitatif qui ne laisse pas présager une newsletter séduisante



OBJET
Mr 'Nom', avez-vous déjà vu des si petits prix ?



Contenu
4,2/5

« J'ai été agréablement surpris »



La majorité des utilisateurs ayant dit « non » lors de la décision d'ouverture sont **agréablement surpris** à la vision de la newsletter



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



Séance du 30 juin au 3 août 2010
De 10h à 18h00 les jours de semaine. Jusqu'à 18h00 les jours de week-end.
 Pour les modalités de vente, voir le règlement sur le site www.surcouf.com



SOLDES

du 30 juin au 3 août

Jusqu'à -80% de réduction !

» Découvrez notre espace dédié !



-20% J'en profite !

MSI

E600-GS301 - PC Portable 15,6"
 Ecran 15,6" (1366x768)
 Processeur Dual Core S14900
 Radeon HD4330
 Mémoire 4 Go - Stockage 320 Go
 Wi-Fi - Bluetooth

~~629[€]~~ **499[€]**



-20% J'en profite !

SAMSUNG

HD103LJ/Y Série PL - Disque dur 1 To
 Format 3"1/2 interne
 Capacité 1000 Go
 Interface SATA
 Vitesses 7200 rpm
 Cache 32 Mo

~~74[€]~~ **59[€]90**



-20% J'en profite !

PATRIOT

Box Office - Passerelle Multimédia
 Passerelle Multimédia
 Emplacement Format 2"1/2 en Série ATA
 3 Ports USB Host - Ethernet
 Sortie HDMI
 Dimension 14,2 x 4,5, 8cm Poids 0,53kg

~~98[€]~~ **79[€]90**



-50€ J'en profite !

ASUS

MS240H - Moniteur LCD 23,6" (60cm)
 Disponible 23,6" (60cm)
 Résolution 1920 x 1080p
 Temps de réponse 2 ms
 Luminosité 250 cd/m²
 Connectivité : VGA, DVI, HDMI

~~289[€]~~ **249[€]**



-40% J'en profite !

ASUS

E7200-AGT
 Ecran tactile 20" (50,8x30,5) Multi-Touch
 AMD Athlon 312 3200
 ATI Radeon HD5410
 Mémoire 4 Go
 Stockage 500 Go
 Webcam 3MP - Wi-Fi

~~589[€]~~ **549[€]**

Offre EXCLUSIVE
 Du 30 juin au 3 août 2010
 GRÂCE À LA CARTE SURCOUF



PAYEZ DANS
3 MOIS
SANS FRAIS

Restez connectés à l'actualité de Surcouf

Devenez fan sur   

Un objet prometteur qui suscite la déception lors de l'ouverture

SURCOUF
SOLDES du 30 juin au 3 août

Jusqu'à -80% de réduction !
» Découvrez notre espace dédié !

MSI
X660-GB390 - PC Portable 15,6"
Ecran 15,6" (564x768)
Processeur Dual Core DU4100
Mémoire 4 Go | Montage 320 Go
WiFi | Bluetooth
~~629€~~ **499€**

SAMSUNG
HD902ULY Série P1 - Disque dur 1 To
Format 2 1/2" interne
Capacité 1000 Go
Interface SATA
Vitesse 7200 rpm
Cache 32 Mo
~~74€~~ **59€90**

PATRIOT
SSD Office - Capacité Multimédia
Format Multimédia
Empilable Format 2 1/2" en Sata ATA
3 Ports USB Host, 3 Drive
Série SSD
Dimension 14,5 x 14,5 x 9,5 mm
~~99€~~ **79€90**

ASUS
M2240H - Moniteur LCD 23" (60cm)
Diagonale 23" (60cm)
Résolution 1920 x 1080p
Temps de réponse 2 ms
Luminosité 350 cd/m²
Contraste 1000:1
50000
~~299€~~ **249€**

ASUS
ET2010AGT
Ecran 20" (50,8cm) MultiPoint
AMD Athlon 32 3200+
ATI Radeon HD4390
Mémoire 4 Go
Stockage 320 Go
Chargeur CD/DVD
~~589€~~ **549€**

Offre EXCLUSIVE
Du 30 juin au 3 août 2010
GRÂCE À LA CARTE SURCOUF

PAYEZ DANS 3 MOIS SANS FRAIS

Restez connectés à l'actualité de Surcouf
Devenez fan sur Facebook | Suivez Surcouf sur Twitter | Suivez PC by Surcouf sur YouTube

OBJET
Soldes sur le High-Tech : jusqu'à -80% de remise



Contenu 2,3/5

« Ils n'ont mis aucun produit à -80% ! »



Des utilisateurs mécontents qui ne perçoivent pas l'encart de promotion à 80% et focalisent leur attention sur les visuels de produits

Ne décevez pas avec un objet trop prometteur

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Excédence

Excédence
Plus on y va, plus on y gagne!

FEMME | LINGERIE | HOMME | ENFANT | SPORT | CHAUSSURES | GRANDE TAILLE

Lancement des
SOLDES
Elles font fondre les prix...

Jusqu'à
-85%
TOUT DE SUITE !

VITE VITE... PROFITEZ-EN !
> CLIQUEZ ICI

C'est votre 1ère commande ?
On vous offre **-20% sur TOUT**
+ livraison **OFFERTE***
avec le code **B1V1NU**

Ma livraison en 48h près de chez moi
3500 points relais partout en France

Le paiement sécurisé

Une question ? Contactez-nous !

Nos magasins

* hors Boulogne, Pharmacies, Grandes Marques, Grandes Tailles, Nouvelle France, Tous les sites de France

Tous nos prix de référence sont issus de catalogues ou sur des prix en magasin à l'heure de la vente. Ils varient selon le jour et jusqu'à épuisement des stocks.

COBERTAS C. 09000 La République - 06100 CANTO FRANCE
Tél : 0033 490 870 00 (période) - 0033 01 82 00 00 de votre opération
Protection de la vie privée

Pour nous contacter (00333)33



Duo gagnant : une newsletter qui comble les attentes



OBJET
Jusqu'à -85% : les SOLDES font fondre les prix !



Contenu
3,8/5

« Je m'attendais à trouver -85%, j'ai retrouvé le taux de soldes, ça me va »



Une newsletter qui met en avant sa principale promesse et **ravit les utilisateurs**

Parcours de la newsletter

- >NE DÉCEVEZ PAS AVEC UN OBJET TROP PROMETTEUR
- >JUEZ SUR LE GRAPHISME POUR SUSCITER L'ENVIE
- >METTEZ AU PREMIER PLAN LES PROMOTIONS
- >ACCOMPAGNEZ LES PROMOTIONS AVEC DES VISUELS PRODUITS
- >CLARIFIEZ VOS NEWSLETTER POUR UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION



Le gagnant : Quelle La Source



Apparenc
e4,3/5

Quelle La Source



Apparenc
e4,2/5

Atlas for men



Apparenc
e3,9/5

Mathon

Scoring obtenu auprès de 50 utilisateurs:
Evaluez sur une échelle allant de 0 à 5 l'apparence (0 étant pas du tout satisfaisant; 5 très satisfaisant)



45 127

Jouer sur le graphisme pour susciter l'envie

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Vitrine Magique

Vous appréciez la newsletter Vitrine Magique. Pour être certain de ne pas la manquer, nous vous conseillons d'ajouter l'adresse email@vitrine-magique.comcampagns.net à votre carnet d'adresses. Si vous ne visualisez pas correctement ce message, [consultez la en ligne en suivant ce lien](#)

Vitrine Magique Du 30 Juin au 3 Août 2010

SOLDÉS d'été

Jusqu'à **-50%**

-20% **-10%** **-30%** **-25%**

C'EST PARTI !!!

Conformément à la loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, nous vous garantissons un droit d'accès, de rectification et d'opposition au traitement des données qui vous concernent par courrier à l'adresse ci-dessus. Si vous ne souhaitez plus recevoir nos newsletters, [cliquez ici](#). Pour commander, appelez-nous au 08.92.68.18.78 (0,24euros / mn + surcoût éventuel selon opérateur). Vitrine Magique, siège social 4, Place de la République - 59 170 CROIX, RCS Roubaix-Tourcoing 8552 018 697.

Vitrine Magique > Une newsletter qui n'incite pas au clic



Vous appréciez la newsletter Vitrine Magique. Pour être certain de ne pas la manquer, nous vous conseillons d'ajouter l'adresse email@vitrine-magique.compeigns.net à votre carnet d'adresses. Si vous ne visualisez pas correctement ce message, consultez le en ligne en suivant ce lien

Apparence 2/5



Une newsletter pauvre en contenu qui n'incite pas au clic. Seul 1 utilisateur sur 12 a cliqué

Les utilisateurs n'apprécient pas le manque de présentation de produits et de catégories

Conformément à la loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, nous vous garantissons un droit d'accès, de rectification et d'opposition au traitement des données qui vous concernent par courrier à l'adresse ci-dessus. Si vous ne souhaitez plus recevoir nos newsletters, [cliquez ici](#). Pour commander, appelez-nous au 08 92 68 18 78 (0,24euros / mn + surcoût éventuel selon opérateur). Vitrine Magique, siège social 4, Place de la République - 59 170 CROIX. RCS Roubaix-Tourcoing B552 019 697.

« J'aurais imaginé qu'ils nous mettent un exemple d'objet vendu et un peu plus d'infos, en plus, les -50% c'est pas suffisant »

« Je trouve ça un peu simple, il n'y a aucun produit, il y a juste 'soldes' et les pourcentages ça ne me donne pas plus envie de cliquer qu'en voyant l'objet »



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs

Scoring obtenu auprès de 50 utilisateurs:
Évaluez sur une échelle allant de 0 à 5 l'apparence
(0 étant pas du tout satisfaisant; 5 très satisfaisant)



48 127

Ce message ne s'affiche pas correctement ? consultez notre version en ligne [version en ligne](#).
Vous désirez vous désabonner ? [Faites le nous savoir](#).

02/07/2010



The banner features a red background with a word cloud of sale-related terms in various languages (e.g., SOLDES, SALDI, SOLDEN, REBAJAS, SALE, ZILAVY, MERKEALDIAK). Below the word cloud, the text reads "SOLDES JUSQU'À -70%". At the bottom, there are two buttons: "TROUVER VOTRE MAGASIN" and "COMMANDER EN LIGNE".

Selon les dates de soldes en vigueur dans votre département -- sur les articles signalés.

Vous recherchez un produit en particulier ? Accédez directement aux :

Blousons
Manteaux & vestes
Cuir
Jeans

Pantalons
Chemises
Pulls
Gilets & sweats

Polos
T-shirts
Accessoires

Pour vous assurer de recevoir nos dernières offres promotionnelles en avant-première, nous vous recommandons d'ajouter l'adresse "eboutique@news.celio.com" à votre carnet d'adresses.

Vous recevez cette offre car vous avez accepté de recevoir des offres de la e-boutique celio.
Vos informations personnelles n'ont pas été transmises.

La liste de nos points de vente sur notre [localisateur de boutique](#).

Conformément à la réglementation Informatique et Libertés, vous disposez d'un droit d'accès de rectification et d'opposition aux données vous concernant.

Ce droit peut être exercé à tout moment auprès de notre Service Clientèle: contact@celio.com

Merci de ne pas répondre directement à ce message, pour toute information relative à la boutique en ligne celio®, vous pouvez contacter son Service Client en écrivant à serviceclient.celio@mixcommerce.com. Pour toute autre information, vous pouvez contacter le Service Client de la marque celio® en vous adressant à contact@celio.com.

Conformément à la loi, ce site a fait l'objet d'une déclaration à la CNIL...

Vous désirez vous désabonner ? Faites le nous savoir.

Célio > Trop de texte et des couleurs qui ne séduisent pas les utilisateurs



Scoring obtenu auprès de 50 utilisateurs:
Évaluez sur une échelle allant de 0 à 5 l'apparence
(0 étant pas du tout satisfaisant; 5 très satisfaisant)

« Un peu déçu par la newsletter, elle ne donne pas envie d'être cliquée »

« Ça me fait pas penser à une newsletter mais plus à une page de coordonnées de contact dans les newsletters. C'est succinct, là il y a beaucoup trop d'infos, il y a trop de texte »

« Il n'y a rien qui est fait pour susciter l'envie si t'as besoin de rien, tu repars avec rien »



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs

Yves Rocher > Un haut de page terne qui nuit au reste de la newsletter



1 Un bandeau terne qui met en valeur des produits qui ne correspondent pas à la marque

« C'est utile de mettre des produits, c'est bien beau de me dire qu'il y a -70% mais où ? »

« Je ne trouve pas qu'elle attire, elle ne donne pas envie de cliquer je la trouve fade, puis on dirait qu'ils vendent des maillots de bain »

« C'est pas le produit qu'ils veulent vendre qu'ils mettent en avant »

Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



Jouer sur le graphisme pour susciter l'envie

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Mathon > Des couleurs et un graphisme qui séduisent



« J'ai plutôt apprécié, j'aime bien l'association des couleurs là, en plus le -60% est dans un encart voyant mais il prend pas toute la place on a accès à un échantillon de produits, ça donne envie de rentrer, il y a juste ce qu'il faut »

« Chaque élément est bien individualisé les couleurs sont bien choisies »

Apparence 3,1/5

Des utilisateurs séduits par les couleurs et l'organisation de la page.
Une newsletter qui donne envie d'être regardée

Scoring obtenu auprès de 50 utilisateurs:
Évaluez sur une échelle allant de 0 à 5 l'apparence
(0 étant pas du tout satisfaisant; 5 très satisfaisant)



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



55 127

Excédence

Excédence
Plus on y va, plus on y gagne!

FEMME | LINGERIE | HOMME | ENFANT | SPORT | CHAUSSURES | GRANDE TAILLE

Lancement des
SOLDES
Elles font fondre les prix...

Jusqu'à
-85%
TOUT DE SUITE !

VITE VITE... PROFITEZ-EN !
> CLIQUEZ ICI

C'est votre 1ère commande ?

On vous offre **-20% sur TOUT**
+ livraison **OFFERTE***
avec le code **B1V1NU**

Ma livraison en 48h près de chez moi
3500 points relais partout en France

Le paiement sécurisé

Une question ? Contactez-nous !

Nos magasins

Nos Boutiques Pharmacies
Grandes Tailles • Grandes Tailles • Nouvelle France • Tout comme de Suisse

*Tous nos points relais sont situés dans des magasins de nos clients partenaires à domicile. Offre valable dès aujourd'hui et jusqu'à épuisement des stocks.

COBERTAS C. 09000 La République - 06100 CANTO FRANCE
Tél : 0033 490 870 00 (période) • 0033 01 82 00 00 de votre opération
Protection de la vie privée

Pour nous contacter (0033) 4 90 87 00 00

Excedence > Une newsletter qui fait l'unanimité



Ce n'est pas uniquement la promotion qui séduit les utilisateurs mais aussi le graphisme

Apparence 3,5/5

Une newsletter qui joue sur l'envie et l'été et qui satisfait l'ensemble des utilisateurs

« Elle est sympa elle fait penser aux vacances »

« Elle est efficace, c'est la glace qui m'a le plus plu »

« La glace, c'est ce qui m'a donné envie de cliquer »



Scoring obtenu auprès de 50 utilisateurs:
Évaluez sur une échelle allant de 0 à 5 l'apparence
(0 étant pas du tout satisfaisant; 5 très satisfaisant)

Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



Parcours de la newsletter

- >NE DÉCEVEZ PAS AVEC UN OBJET TROP PROMETTEUR
- >JOUEZ SUR LE GRAPHISME POUR SUSCITER L'ENVIE
- >METTEZ AU PREMIER PLAN LES PROMOTIONS
- >ACCOMPAGNEZ LES PROMOTIONS AVEC DES VISUELS PRODUITS
- >CLARIFIEZ VOS NEWSLETTER POUR UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION



Mettez au premier plan les promotions

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Celio > Une promotion cachée par un graphisme agressif



1 Un encart « soldes » peu vu par les internautes car noyé par le graphisme

2 Des utilisateurs qui sont conduits vers les catégories qui ne redirigent pas spécifiquement aux soldes

2sec

Temps global

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides

« Il y a trop de texte, rien que sans lire c'est visuellement lourd. J'oublie les soldes là, je suis gavé j'avais à peine vu le 70%, la marque est oubliée par tout ce texte »

« Ça ne donne pas envie d'aller voir ce qui se cache derrière »



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs

Soldes jusqu'à -70%*
*Si vous n'avez pas à l'instant e-mail okaidi@okaidi.fr

créateur de mode 0-14 ans | la marque des 0-5 ans

okaïdi **obaïbi**

SOLDÉS
Jusqu'à -70%

okaïdi obaïbi

Retrouvez aussi les Soldes dans votre magasin le plus proche  [Localisez votre magasin](#)

Livraison gratuite en magasin [En savoir plus](#)

 [Okaidi sur facebook](#)  [Ma carte de fidélité](#)  [Livraison gratuite](#)  [Statut ou remboursé](#)  [Paiement sécurisé](#)  [Commande cadeau](#)

www.okaidi.fr www.obaïbi.fr

* Offres valable de 30 jours au 31 août 2010 sur une sélection d'articles signalés par une pastille de couleur sur les sites www.okaidi.fr et www.obaïbi.fr ainsi qu'en magasin. Remise effectuée dans le panier ou en caisse. Dates selon arrêtés préfectoraux. Offre non cumulable avec d'autres opérations en cours sur les mêmes produits. Date de limite des stocks disponibles.

Merci d'ajouter mailletter@okaidi.fr à votre carnet d'adresses afin de vous assurer de recevoir nos e-mails.

Conformément à la loi informatique et libertés du 06/01/78, vous disposez d'un droit d'accès et de modification des données vous concernant en vous adressant à Okaidi Service client 162, Boulevard de Faurimix, 59100 Roubaix.

Si vous ne désirez plus recevoir de messages électroniques de la part d'Okaidi okaidi@okaidi.fr.

Okaidi SA au capital de 2.822.288 € RCS Roubaix - Tourvaing 0961 10449

Okaïdi > Une promotion non cliquable qui induit en erreur

Erreurs de clics des utilisateurs



Les utilisateurs souhaitent accéder le plus rapidement possible aux produits portant la réduction indiquée

La promotion, une zone qui invite aux clics qui se doit d'être cliquable

1 Un tiers des utilisateurs se sont trompés en cliquant dans cette zone

Mettez au premier plan les promotions

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Exédence

Excédence
Plus en y va, plus on y gagne!

FEMME LINGERIE HOMME ENFANT SPORT CHAUSSURES GRANDE TAILLE

Lancement des
SOLDES
Elles font fondre les prix...

Jusqu'à
-85%
TOUT DE SUITE !

VITE VITE... PROFITEZ-EN !
> CLIQUEZ ICI

C'est votre 1ère commande ?

On vous offre **-20% sur TOUT**
+ livraison OFFERTE*
avec le code **B1V1NU**

Ma livraison en 48h
près de chez moi
3500 points relais
partout en France
en savoir +

Le paiement sécurisé
en savoir +

Une question ?
Contactez-nous !
en savoir +

Nos magasins
Excédence
en savoir +

Nos Boutiques Pharmacies:
Grilles Marais - Grilles Talles - Nouvelle France - Tour Saint-Etienne

*Tous nos prix de référence sont issus de catalogues ou sur des prix en magasin à la date de
mise en ligne de la page. Jusqu'au 1er juillet à disposition des stocks

COBERTAN 4, 69000 La République - 69170 OULLY, FRANCE
Tél : 03 11 420 810 (lignes) • 03 11 42 08 11 (accueil) • 03 11 42 08 11 (accueil)
Distribution de La Poste Amis

Pour nous contacter: alitics.com



Excédence > Une large zone de promotion cliquable



2

Une zone entièrement cliquable qui permet d'accéder directement aux soldes

Contenu
3,8/5



Clic d'un utilisateur

Légende

- Zones chaudes
-
-
- Zones froides

Scoring obtenu auprès de 50 utilisateurs:
Évaluez sur une échelle allant de 0 à 5 le contenu
(0 étant pas du tout satisfaisant; 5 très satisfaisant)

2secondes



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



Quelle La Source

Quelle La Source - Les Soldes C'est Parti!

TOUTES LES FEMMES

- La robe avec imprimé: -80% (14,90€)
- Le pull tricoté en maille: -75% (9,90€)
- La tunique: -75% (7,40€)

TOUTE LA LINGERIE

- Le soutien-gorge décolleté: -55% (8,90€)
- Le slip: -70% (7,90€)
- Le débardeur: -60% (7,90€)

TOUT L'ENFANT

- Le short en coton: -70% (5,90€)
- La robe en satin: -60% (7,90€)
- Le short en coton: -45% (8,90€)

TOUT L'HOMME

- Le pull manches courtes: -70% (5,90€)
- Le t-shirt: -65% (16,90€)
- Le chemise à carreaux: -70% (8,90€)

TOUTE LA MAISON

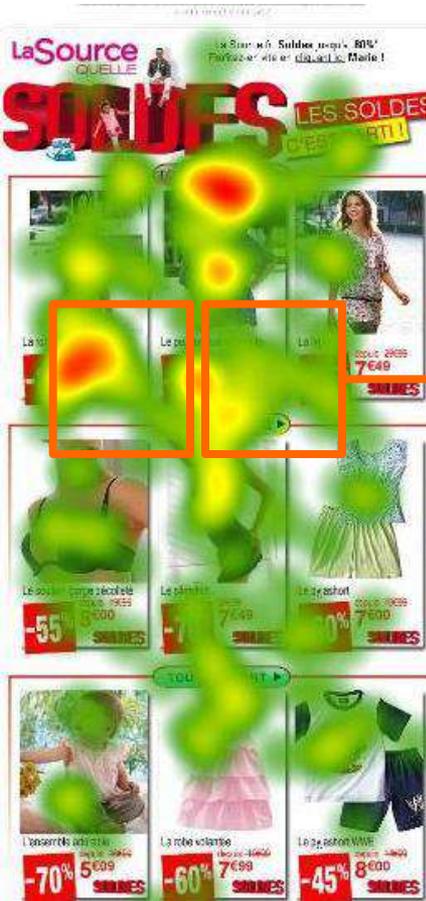
- Le lit 140x200 cm: -60% (3,91€)
- La housse de couette: -50% (8,24€)
- Le tapis de bain: -60% (6,57€)

1 semaine de livraison
 5 jours de livraison
 24h de livraison

Quelle La Source est une marque de la société Quelle La Source SAS, 10 rue de la République, 92000 Nanterre, France. Les prix sont indiqués en euros TTC. Les soldes sont réservés aux clients particuliers. Les stocks sont limités. Les prix peuvent varier sans préavis. © 2019 Quelle La Source. Tous droits réservés.



Quelle La Source > Des promotions sur chaque visuel bien visibles



12 secondes



Légende

- Zones chaudes
-
-
- Zones froides

Chaque visuel possède sa promotion clairement indiquée

Les utilisateurs apprécient de voir les promotions en un seul coup d'œil.

« Il y a des visuels, des pourcentages. Et on les voit bien les pourcentages »

« Le rouge ça attire l'œil, il n'y a rien à dire, c'est pas agressif avec le blanc c'est bien »



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs

Parcours de la newsletter

- >NE DÉCEVEZ PAS AVEC UN OBJET TROP PROMETTEUR
- >JOUEZ SUR LE GRAPHISME POUR SUSCITER L'ENVIE
- >METTEZ AU PREMIER PLAN LES PROMOTIONS
- >ACCOMPAGNEZ LES PROMOTIONS AVEC DES VISUELS PRODUITS
- >CLARIFIEZ VOS NEWSLETTER POUR UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION



Accompagnez les promotions avec des visuels produits

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Un manque d'affichage des produits qui déplaît aux utilisateurs

Spartoo



« On voit tout de suite où est le -60%, je regrette qu'il n'y ait pas de présentation des produits »

Okaidi



« J'étais déçue, on ne voit pas de photos de produits ou d'exemples »

Vitrine Magique



« Je l'ai trouvée triste, il n'y a aucune photo de produits, ça donne pas envie d'aller plus loin »

3 Suisses



« Ça attire déjà le -70% en très grand, ça donne envie de cliquer au lieu d'avoir la liste des articles, plutôt avoir quelques articles »

Rugby Shop



« Je pensais voir plus un truc avec des maillots »

Accompagnez les promotions avec des visuels produits

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Atlas for men

Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, cliquez ici



**ATLAS
FOR MEN**
OUTDOOR EQUIPMENT

PARTAGEONS NOTRE PASSION DE L'AVENTURE
VÊTEMENTS & ACCESSOIRES Outdoor pour Homme

C'EST EN CE MOMENT !

SOLDES

-60%

SUR UNE SÉLECTION DE PRODUITS

<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">LE JEANS 5-PICKES "NEW ISLAND"</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">15€20</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 30€</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">CHEMISE RAIE STOPES</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">15€80</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 31€60</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">LE PULL D'ÉTÉ</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">19€96</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 39€92</p>
<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">LOT DE 3 PAIRES DE CHAUSSETTES FANTAISIES</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">7€80</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 15€60</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">PARKA DE SAISON FROIDE</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">19€80</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 39€60</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">CEINTURON RÉGLÉ</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">10€</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 20€</p>
<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">POLO HOMME</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">8€</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 16€</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">LOT DE 2 PULLS BLACK & WHITE</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">13€20</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 26€40</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">BERMUDA BATTLE MULTIPOCHES</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">12€60</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 25€20</p>
<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">PANTALON BATTLE ROCKSTYLE</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">18€40</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 36€80</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">CHEMISE LIBRETTE VESTE</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">11€60</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 23€20</p>	<div style="text-align: right; font-size: x-small; color: yellow; font-weight: bold;">-50%</div>  <p style="font-size: x-small;">LOT DE 2 TEE-SHIRTS DE NUIT</p> <p style="font-weight: bold; color: blue;">12€</p> <p style="font-size: x-small; color: blue;">au lieu de 24€</p>

→ JE PROFITE DES SOLES

→ JE PREVIENS MES AMIS

 Livraison à votre convenance	 Paiement sécurisé	 Satisfait ou remboursé	 Services Apple	   
---	--	---	--	---

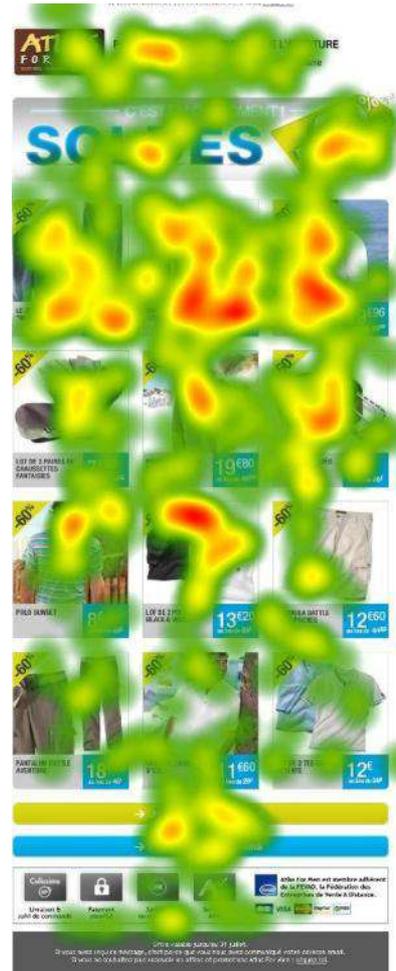
Atlas For Men est membre adhérent de la F3CM, la Fédération des Entrepreneurs de Vente à Distance.

Offre valable jusqu'au 31 juillet.

Si vous avez déjà commandé, nous espérons que vous êtes satisfaits de vos achats. Si vous n'êtes pas satisfait, nous vous offrons un remboursement complet sans frais.

Si vous ne trouvez pas ce que vous cherchez, cliquez ici

Atlas for men > Des visuels qui guident le regard



Une newsletter
entièrement vue par les
utilisateurs grâce à
des visuels produits qui
guident et amènent à
visiter l'ensemble de la
newsletter

« C'est bien qu'il y ait beaucoup de
photos avec toutes sortes
d'articles. Ça donne envie d'aller
voir plus loin. »

Légende

- Zones chaudes
-
-
- Zones froides

I Temps global →



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



But

BUT Du 30 juin au 11 juillet et jusqu'à épuisement des stocks.

C'EST PARTI! POUR LES SOLDES

Magasins non concernés par cette opération :
Ajaccio, Antibes, Arles, Auxerre, Avignon, Bastia, Belfort, Cannes, Charleville, Chaumont, Digne, Digoin, Dole, Fréjus, Gap, Lannion, Limoges, Marseille-Aubagne, Marseille-Cobrier, Menton, Montbellard, Pithiviers, Romans, Saintes, Saintes Genevieve des Bois, Toulon.

Mobilier
Cuisine
Décoration
Electroménager
Image & son

549⁹⁰ €
347³⁵ €
-37%
Téléviseurs LCD
SAMSUNG

399⁹⁰ €
296⁸² €
-26%
Lave-linge
Fagor

359⁹⁰ €
175⁹⁰ €
Canapé d'angle
Cookey

449⁹⁰ €
335⁶⁴ €
-26%
Réfrigérateur
Combiné
Candy

19⁹⁰ €
4⁹⁷ €
-75%
Chevet Astus
(Lecteur DVD)

Soldes

-50% sur une sélection d'objet de décoration*

-30% sur une sélection de tables basses*

-30% sur une sélection d'électroménager*

-50% sur une sélection de luminaires*

-20% sur une sélection d'image et son*

PAYEZ EN 10 MOIS
de plus par mois

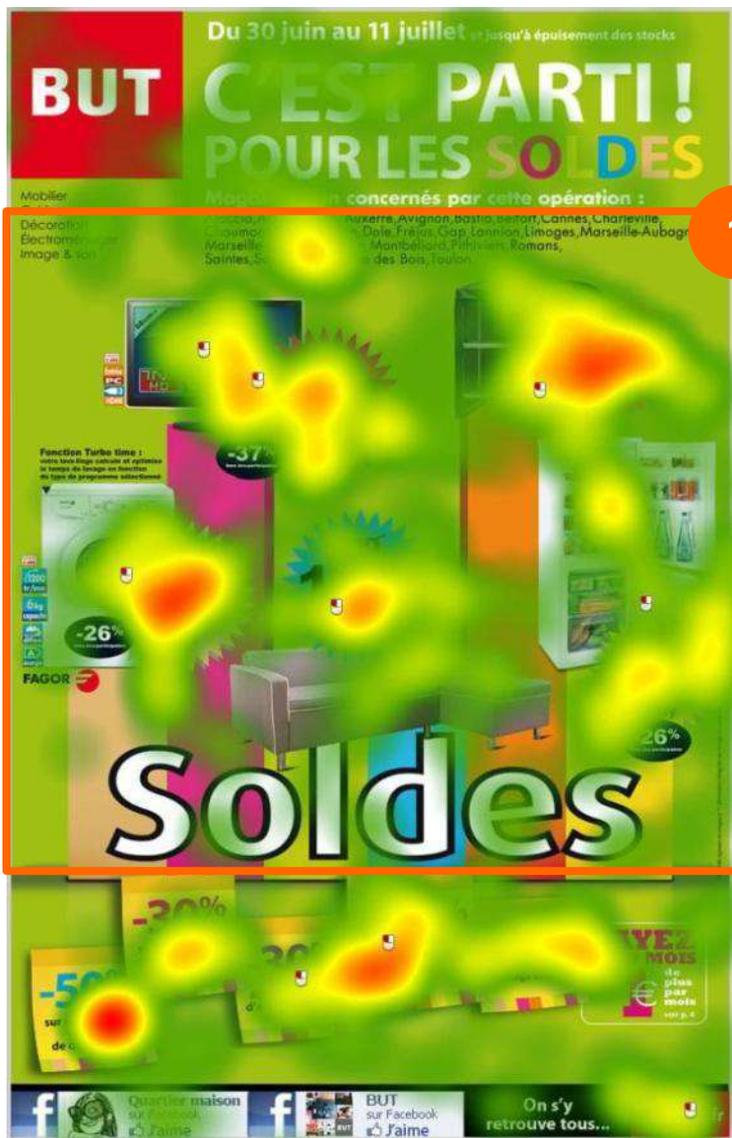
Quartier maison sur Facebook J'aime

BUT sur Facebook J'aime

On s'y retrouve tous... www.but.fr

Événement les grandes marques aux meilleurs prix dans vos 220 magasins BUT. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations vous concernant qui peut s'exercer par courrier à : BUT International - Service Clientèle sur 3 avenue Schœlcher 77437 (MARNE LA VALLÉE Cedex 2), en indiquant nom, prénom, adresse et adresse email. Vous pouvez à tout moment avoir accès et changer les informations concernant vos coordonnées dans le rubric [MAGASINS](#). Si vous ne souhaitez plus recevoir de mail de la part de BUT, contactez [02 32 42 11 11](#).

But > Des visuels de produits qui poussent aux clics



1 L'ensemble des produits est cliqué

Des produits divers représentant une partie importante de la gamme et qui permettent aux utilisateurs de trouver ce qui leur convient



Clic d'un utilisateur

| Temps global →

Parcours de la newsletter

- >NE DÉCEVEZ PAS AVEC UN OBJET TROP PROMETTEUR
- >JOUEZ SUR LE GRAPHISME POUR SUSCITER L'ENVIE
- >METTEZ AU PREMIER PLAN LES PROMOTIONS
- >ACCOMPAGNEZ LES PROMOTIONS AVEC DES VISUELS PRODUITS
- >CLARIFIEZ VOS NEWSLETTER POUR UNE MEILLEURE COMPRÉHENSION



Yves Rocher



YVES ROCHER SOLDES ... C'EST PARTI !
AVANTAGE 1^{ÈRE} COMMANDE

LES SOLDES DE L'ÉTÉ...
Comment résister ?

Profitez d'une sélection de produits jusqu'à **-70%**
» [J'en profite](#)

MAQUILLAGE CORPS/BIEN-ÊTRE ÉPILOIRIE PARFUMS

De 200€ au 320€ sur une sélection de 164 produits dans la limite des stocks disponibles

LE CHÉQUIER DE L'ÉTÉ !

exclusivité abonnés
13 OFFRES EXCLUSIVES
seulement depuis cette newsletter !
» [Je découvre](#)

LES CADEAUX DE L'ÉTÉ !

Alliez la couleur et la fraîcheur...
Choisissez votre **CADEAU** parmi 4

Le porte-bouteille OFFERT
La glacière Fraîcheur OFFERT
Les boîtes micro-ondes OFFERT

1,50 € dès 10 € d'achat

» [Voir tous mes CADEAUX](#)

LES BONS PLANS DE L'ÉTÉ !

SI SHOPPING EN LIBERTÉ **-50%** SUR TOUT LE SITE !

MONOI DE TAHITI **-50%**

COMPOSEZ VOTRE TROUSSE DE L'ÉTÉ **-50%**

» [50% sur tout le site](#) » [50% sur les promotions](#)

BLOG MICHÈLE VOLARVILLE BLOGEUSE D'YVES ROCHER

DEVIENEZ FAN DE YVES ROCHER SUR FACEBOOK

Produit issu de la culture biologique
Produit de qualité certifié
Circuit court
Circuit ultra-court
Produit issu de la culture biologique
Produit issu de la culture biologique

» [Nos produits bio](#) » [Nos produits à base de plantes](#)

YVES ROCHER RÉCOLTANT, FABRICANT ET DISTRIBUTEUR DEPUIS 1959.
EN SAVOIR :

Yves Rocher > Un manque de compréhension de la newsletter



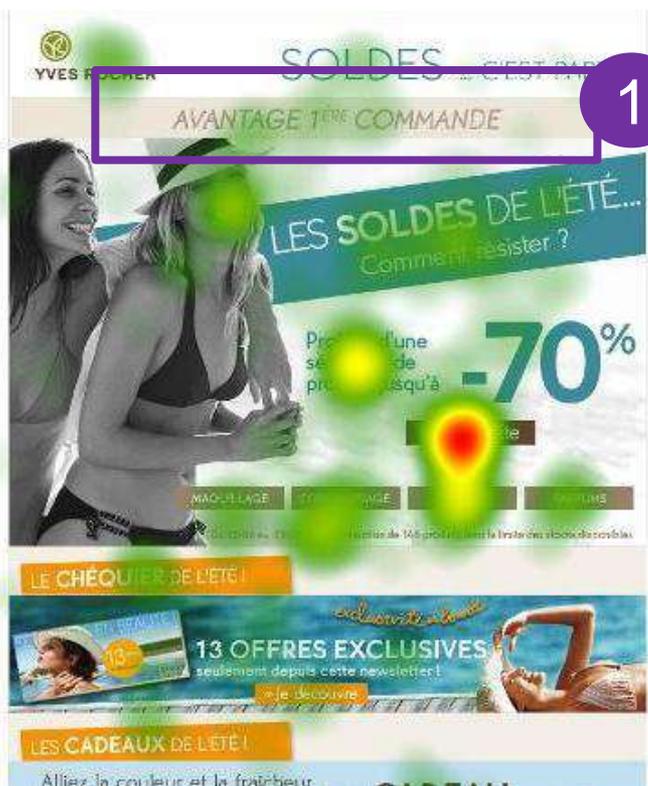
1 Des utilisateurs en attente de soldes qui ne comprennent pas les différentes rubriques

« Le chéquier de l'été ne me parle pas »

« Il y a trop d'éléments mais aucun qui ne correspond aux produits d'Yves Rocher on ne sait plus où cliquer »

Une newsletter qui contient beaucoup d'informations qui ne sont pas toujours en lien avec les soldes

Yves Rocher > Un bandeau défilant qui perturbe les utilisateurs



- 1 Une mauvaise interprétation du bandeau considéré comme le titre de l'encart.
- 2 Des utilisateurs qui passent moins d'1 seconde sur le bandeau et ne voient pas la deuxième partie du message

Éviter les bandeaux défilants sur une newsletter

Ils ne permettent pas de percevoir la totalité du message

Temps global →

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



3 Suisses

LES SOLD3S, jusqu'à -70% sur 3Suisses.fr, dès le 30 juin - [3Suisses.fr](#)
Si ce message ne s'affiche pas correctement vous pouvez le visualiser grâce à ce lien:
Pour être sûr(e) de recevoir tous nos emails, ajoutez email@3suisses.fr à votre carnet d'adresses !

3Suisses.fr Offre réservée à : MLE FOURCHER
Numéro de client : 850397007

Femme Homme Enfant Maison High tech Loisirs Nouveautés Promos

DU MERCREDI 30 JUIN AU MARDI 3 AOÛT !

SOLD3S

ET AUTRES BONNES AFFAIRES

Jusqu'à **-70%**

C'EST PARTI... NOUVEAU !
Transférez l'offre par sms...

Même pendant les soldes, les 3 Suisses s'engagent :

- Enchanté ou remboursé
- 24H GRATUIT
Ma livraison en 24h gratuit
- Paiement sécurisé

Blog RENDEZ-VOUS SUR LE BLOG 3 SUISSES | Facebook DEVENEZ FAN DE 3SUISSES SUR FACEBOOK | Transférez ce mail à vos ami(e)s

En partenariat avec 3 Suisses :

- VACANCES
- ABSENCE
- DÉPLACEMENT

Avec la Garde du Courrier, partez tranquille,
La Poste prend soin de votre courrier pendant votre absence !

LA POSTE En savoir plus

*SOLD3S du 30 juin au 02 août 2010 dans la limite des stocks disponibles et sous réserve de disponibilité des produits achetés

En collaboration avec la loi d'information et Liberté, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition sur les données vous concernant. Si vous souhaitez accéder à vos données personnelles, les rectifier ou nous plus recevoir de propositions commerciales de l'intermédiaire des 3 Suisses, il vous suffit de le signaler à 3 Suisses, Service clientèle 89340 CROIX-BOUCHON ou par email : [3suisses.fr](#)

Si vous ne désirez plus recevoir nos messages électroniques de 3Suisses, [3suisses.fr](#)

Si vous souhaitez nous contacter par téléphone à per-e-mail : [3suisses.fr](#)

3 Suisses > Une publicité trop intrusive non appréciée des utilisateurs

Les SOLD3S (jusqu'à -70%) ont débuté hier soir à 20h00. En message de bienvenue par courriel, vous pouvez le visualiser grâce à ce lien: Pour bénéficier de nos offres, ajoutez-moi@newsletter.3suisses.fr à votre carnet d'adresses.

3SUISSES.fr

Offre réservée à : MLE POURCHER
Numéro de client : 850397207

Femme Homme Enfant Maison High tech Loisirs Nouveautés Promos

DU MERCREDI 30 JUIN AU MARDI 3 AOÛT |

SOLD3S

ET AUTRES BONNES AFFAIRES

Jusqu'à **-70%**

SMS

► C'EST PARTI... NOUVEAU !
Transférez l'offre par sms...

Même pendant les soldes, les 3 Suisses s'engagent :

- Enchanté ou remboursé
- 24H GRATUIT
- Paiement sécurisé

Blog RENDEZ-VOUS SUR LE BLOG 3 SUISSES

DEVENEZ FAN DE 3SUISSES SUR FACEBOOK

TRANSFÉREZ CE MAIL À VOS AMIS

1

En partenariat avec 3 Suisses :

- VACANCES
- ABSENCE
- DÉPLACEMENT

Avec la Garde du Courrier, partez tranquille. La Poste prend soin de votre courrier pendant votre absence !

LA POSTE

En savoir plus



« Mettre une pub alors que c'est déjà de la pub c'est un peu trop ! »

« Je trouve que ça fait pas du tout magasin de vêtements, le bandeau du bas ça n'a rien à voir, c'est pas pro ça manque d'explications »

Malgré une bonne note attribuée par les utilisateurs le bandeau en bas de page n'est pas à leur goût

Un encart qui gâche la newsletter



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



Spartoo

spar^{too}.com
TOUTE LA MODE À VOS PIEDS

Sur plus de **200** marques et **7000** produits

SOLDES jusqu' à -60%

LIVRAISON GRATUITE en 5 jours garantis

RETOUR GRATUIT jusqu'à 30 jours

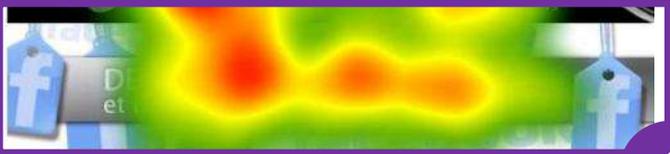
DEVENEZ FAN et bénéficiez de **5€** de réduction sur **LES SOLDES**

Spartoo > Un encart mal compris des internautes



« Je me suis attardée sur les 5€ et je me suis dit que ce n'était pas les 60%, ils aurait dû mettre en plus qu'il y avait 5€ en moins »

« Quand on ouvre, on ne s'attend pas à voir que ça. Je viens de réaliser que le 'devenez fan' c'était pour Facebook ça pose plus de questions que ça ne donne d'informations »



I Temps global

1



1 Un encart difficile à comprendre pour les utilisateurs qui détournent leur regard du reste de la newsletter

Légende

- Zones chaudes
- Zones froides

habitat®

SOLDES Meubles Canapés Salon Salle à manger Déco Luminaires Enfant

SOLDES JUSQU'À -50% SUR DES MILLIERS DE PRODUITS

LIVRAISON GRATUITE
pour les commandes d'articles supérieures à 50€

-50%

PIA
Lit 2 personnes
799€ / 399,50€

[Activer](#)

-30%

ANNA
Vaisselle en porcelaine
PREX À PASTEL DE 2,50€

[Activer](#)

-30%

STELLA
Table de salle à manger carrée
80€ / 57,50€

[Activer](#)

ET POUR VOUS EXCLUSIVEMENT

15% DE RÉDUCTION

SUPPLÉMENTAIRES SUR TOUT EN MAGASIN ET SUR HABITAT.FR JUSQU'À LUNDI
CLIQUEZ ICI POUR REMPLIR VOTRE BON DE RÉDUCTION POUR TOUT LE LUNDI GRÂCE AU CODE PROMOTION SITE

OFFRE SPECIALE CHAMBRE

BEAUX RÊVES GARANTIS ... JUSQU'À -30% SUR TOUT CE QU'IL MANQUE À VOTRE CHAMBRE

-30%

SAVER
Tas d'oreiller mécanisable
14€ / 10,50€

[Activer](#)

-20%

ALEXIS
Dressoir
14€ / 11,50€

[Activer](#)

-20%

IMMA
Coffre
54€ / 43,50€

[Activer](#)

-20%

PEROGRE
Pied
507€ / 407,50€

[Activer](#)

DU 1ER AU 6 JUILLET SEULEMENT !

Soyez les premiers au courant de nos soldes et promotions exceptionnelles et découvrez nos grands jeux exclusifs en nous rejoignant sur Facebook

Habitat > Beaucoup d'informations qui déroutent les utilisateurs



1

1 Une newsletter confuse qui contient trop d'informations

« Il y a beaucoup de choses, on est obligé de descendre en bas, on met du temps à la lire »

« Quand on arrive il y a beaucoup de choses, le graphisme du sac plus les objets, on ne sait pas trop où regarder »

« C'est un peu chargé le dessous, on ne comprend pas trop, je clique pour voir mais je ne suis pas convaincue »

« On se demande pourquoi il y a 'Offre spéciale chambre' ça crée la confusion »



Propos recueillis auprès des 50 utilisateurs



Arrivée sur le site



Arrivée sur le site

>GUIDEZ VOS INTERNAUTES VERS LES SOLDES



Guidez vos internautes vers les soldes

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



La Redoute

LA REDOUTE

Les Soldes à La Redoute :
partagez maintenant le bon plan sur Facebook!

Marques | Femme | Enfant | Homme | Grandes tailles | Lingerie | Chaussures accessoires | Sport | Linge de maison | Meubles déco | Literie | Electro-ménager | Image Son

soldes

jusqu'à **-70%**
Je shoppe maintenant!

- > Femme
- > Lingerie
- > Grandes tailles
- > Homme
- > Enfant
- > Sport
- > Chaussures, accessoires
- > Linge de maison
- > Meubles, déco
- > Literie
- > Electroménager, beauté
- > High-tech, jeux

Shopping zéro stress ?
Même pendant les soldes, tous vos articles sont échangés ou remboursés!

Vos astuces Soldes

SATISFAIT ou REMBOURSÉ :
Vous avez 15 jours pour être sûr de votre achat!

LIVRAISON A LA CARTE :
Faites-vous livrer où vous voulez, même sur votre lieu de vacances!

La Redoute sur **facebook**

REDOUTE **Devenir fan**

* Réduction maximale accordée une seule fois du 30/06/2010 au 03/08/2010 sur une sélection d'articles (selon coloris et taille) de la collection Printemps Été 2010. Non cumulable avec une autre offre promotionnelle.

Conformément à la Loi Informatique et Libertés du 06/01/1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et de suppression des données vous concernant et d'opposition à leur traitement. Si vous souhaitez l'exercer, vous pouvez écrire à La Redoute - Service Relations Clients - 59081 Roubaix Cedex 2, en indiquant vos nom, prénom, adresse, email et si possible référence client afin d'acquiescer la prise en compte de votre demande. A ces mêmes coordonnées, vous pouvez vous opposer sans frais à la prospection commerciale. Pour connaître notre politique de protection de vos données personnelles, contactez vous sur le site Redoute, rubrique « données personnelles » en bas de page.

© 2010 - copyright La Redoute. Tous droits réservés.

Si vous souhaitez vous désabonner de la lettre d'information de La Redoute, [rendez-vous sur ce lien](#).

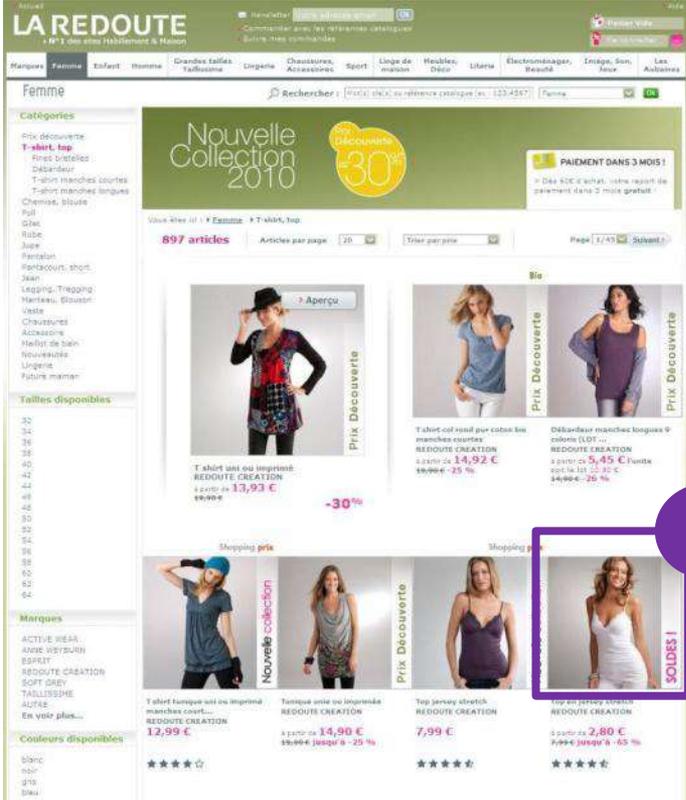
La Redoute > Des catégories trop larges qui ne conduisent pas aux soldes

Newsletter



Clic

Arrivée sur le site



Des catégories bien présentes sur la newsletter mais qui redirigent vers la totalité des produits et non uniquement vers les produits soldés

1. Parmi tous les produits présents sur le haut de la page d'arrivée, seul celui encadré en violet est un article soldé



Guidez vos internautes vers les soldes

LES MAUVAISES PRATIQUES / LES BONNES PRATIQUES



Sarenza

Vous n'avez pas à voir les images de votre navigation, consultez en ligne
 Notre adresse à distance : n° public 2009 245 0000 - clients@sarenza.com à votre carnet d'adresses !
 Les Soldes débloquent chez Sarenza ! Profitez des démarques jusqu'à -50%!

sarenza.com
 177, 75 LA CHAUSSEE SAINT-JACQUES

LIVRAISON GRATUITE

Homme Femme Enfant Saccs **SOLDES** 300 marques Accessoires

De mercredi 30 juin 2010 au mardi 3 août 2010

SOLDES fraîches*

Jusqu'à **-50%**
 sur des milliers de modèles

+ Livraison toujours gratuite
 Retour toujours gratuit

Chaussures
 > Homme 850 modèles > Femme 9450 modèles > Enfant 1100 modèles > Saccs 440 modèles

CONVERSE Jusqu'à -50% > Chaussures homme
Kickers Jusqu'à -50% > Chaussures femme
GEOX RESPIRE Jusqu'à -50% > Chaussures enfant

Soldes du mercredi 30 juin 2010 au mardi 3 août 2010 inclus.
 *Pour les produits "Soldes" et "à la mode", mais "modèles fraîches" de saison, aucun même niveau !
 *Lettre d'information à Sarenza 2009-2010

86% de nos clients sont satisfaits et souhaitent commander de nouveau sur Sarenza
 Sarenza a été élu site de mode préféré des français !
 (source : RA-NET 2010, Direct Panel mai 2009)

Sarenza, 1er grand magasin de chaussures et d'accessoires en ligne,
 s'engage chaque jour pour le plus grand choix et le meilleur service.
 Une nouvelle expérience d'achat, fondée depuis 2005 sur la réactivité et la disponibilité : des collections sans cesse renouvelées, des milliers d'articles en stock (plus de 300 marques, 10 000 références !), et un service client toujours à l'écoute et vaillant d'efforts.

Quoi de mieux, cadeau ou achat rationnelle, Sarenza promet de satisfaire toutes vos envies avec un choix inégalable de styles, et de modèles, dans toutes les pointures jusqu'aux plus rares. Découvrez nos univers Femme, Homme, Enfant, et pour les occasions particulières la boutique mariage, le soin des escaliers junior, lespace Luxe... Dernières tendances ou grands classiques intemporels, toutes les marques sont sur Sarenza, des plus célèbres (Converse, Benetton, Geox...) aux plus exclusives dénichées pour vous.

- Nos engagements :**
- Livraison et retour entièrement gratuits, toute l'année, et sans minimum d'achat
 - 100 jours pour nous retourner les articles qui ne vous conviennent pas
 - Préparation et expédition express de toutes les commandes : faites votre choix, avant 14 heures et votre commande est expédiée le jour même ! Nous vous proposons aussi un service écologique de livraison sans à l'heure par camion à vélo.
 - Garantie du meilleur prix : si vous trouvez le même article moins cher ailleurs sur internet**, nous vous remboursons 2 fois la différence.
 - Sécurité absolue : cryptage des données, respect de la vie privée
 - Placé à la satisfaction de nos clients (86% de satisfaction au questionnaire de référence RA-NET, 2010)

Bellemes, baskets, escarpins, bottes et bottines, mais aussi vêtements, bijoux ou accessoires : attendez que vous ! Notre vaste gamme de soins et de produits d'entretien, vous permettra aussi de garder chaussures et accessoires en parfait état. Faites-vous plaisir chez vous, servez les produits tranquillement, en famille, avec toute votre garde robe montrée à vos amis et faites votre choix en toute sérénité.

Merci à nos clients pour leur confiance et leur fidélité.
 *Accédez à la page de commentaires en cliquant ici.
Vous souhaitez modifier vos préférences e-mail ? Cliquez cette page
 **Vous souhaitez modifier votre adresse e-mail ? Cliquez cette page.



Sarenza > Des catégories qui amènent aux produits soldés sur le site



Newsletter

Vous n'avez pas à voir les images de votre newsletter, consultez en ligne
Notre adresse à changer : n'oubliez pas d'ajouter claire@communication.sarenza.com à votre carnet d'adresses !
Les Soldes débarquent chez Sarenza ! Profitez des démarques jusqu'à -50%.

sarenza.com LIVRAISON GRATUITE

Home Femme Enfant **SOLDÉS** 300 marques Tendances

Du mercredi 30 juin 2010 au mardi 3 août 2010

SOLDÉS

 fraîches*

Jusqu'à **-50%**
sur des milliers de modèles

+ Livraison toujours gratuite
Retour toujours gratuit

Clic →

- Homme: 650 modèles
- Femme: 3450 modèles
- Enfant: 1100 modèles
- Sacs: 440 modèles

CONVERSE Jusqu'à -50% Chaussures homme

Kickers Jusqu'à -50% Chaussures femme

GEOX RESPIRE Jusqu'à -50% Chaussures enfant

Arrivée sur le site

Les couleurs

Votre type de chaussure

- Ballerines
- Baskets mode
- Boots et bottines
- Bottes
- Chaussons
- Chaussures à lacets
- Chaussures de sport
- Compensées
- Cuissardes et genouillères
- Escarpins
- Espadrilles
- Mocassins
- Mules et sabots
- Neige et temps froid
- Nu-pieds et sandales
- Santals
- Spatiates
- Tongs

Curieuse ?

Sandales 5 nu-pieds à moins de 50€

LES TROPEZIENNES à partir de 29€

Le meilleur des soldes femme

Converse Chuck Taylor All ... 50-60€ 72,00 €	Palladium Key large ... 73-80€ 52,50 €	Palladium Key large ... 73-80€ 52,50 €	Converse One star 3v w ... 50-60€ 72,00 €
--	--	--	---

Tous les soldes (2927)

Nos coups de cœur

Les avantages

Comme nulle part ailleurs sur internet !

Livraison TOUJOURS gratuite

Retour TOUJOURS gratuit pendant 3 mois

Expédition

1

1. Un accès direct à tous les produits soldés est proposé sur la page d'arrivée



Typologie des newsletters



Typologie des newsletters

- >LES NEWSLETTERS « FOURRE TOUT »
- >LES NEWSLETTERS « PROMOTIONS »
- >LES NEWSLETTERS « CATÉGORIES »
- >LES NEWSLETTERS « PRODUITS »



Typologie des newsletters (1/4)

Les newsletters « fourre-tout »

- Newsletters qui annoncent les soldes mais qui présentent toutes sortes de démarques et offres du site pas nécessairement reliées aux soldes

Yves
Rocher



Habitat



- Les moins : Des newsletters qui perdent leurs internautes à travers les promotions sur les produits en temps de soldes, qui ne répondent pas à leurs attentes :

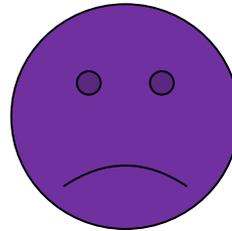


Des utilisateurs mécontents par le contenu non pertinent de ces newsletters



« Tu as trop d'éléments
mais aucun qui ne
correspond aux produits
d'Yves Rocher on ne sait
plus où cliquer »

« Trop de choses, trop
d'informations, ça
m'emballe pas du tout »



« Le fait qu'il y en ait
beaucoup ça devient lourd
dans la forme »

« C'est un peu chargé, on
ne sait pas où cliquer, il y
a plusieurs parties ça ne
me plaît pas »



Typologie des newsletters (2/4)

Les newsletters centrées « promotions »

- Newsletters qui annoncent les soldes et qui mettent en avant la promotion maximale.

Spartoo



Vitrine Magique



+

Les plus : Une newsletter simple et claire qui ne perd pas les utilisateurs et donne l'information principale

-

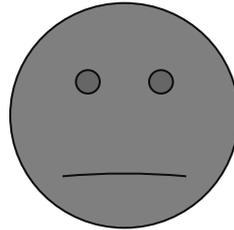
Les moins : Des utilisateurs qui ne connaissent pas l'ensemble de la gamme et quelles promotions sont appliquées sur quels produits

Des newsletters claires mais qui manquent fortement d'informations



« C'est trop banal les soldes commencent partout »

« Ça attire pas pour des soldes, c'est mieux de montrer ce qu'il y a en soldes »



« Il marque tout ce qui est important, les -60%, les 7000 produits, la livraison... »

« On voit tout de suite où est le -60% je regrette qu'il n'y ait pas de présentation des produits »

« Quand on ouvre, j'ai l'impression qu'on apprend rien de plus, qu'il faut aller sur le site. Ça manque de concret »

Typologie des newsletters (3/4)

Les newsletters centrées « catégories »

- Newsletters qui annoncent les soldes et qui présentent dans le contenu la promotion principale et les catégories de produits disponibles sur le site.

Rugby shop



Blancheporte



+

- **Les plus** : Une newsletter qui informe sur les promotions en cours et qui guide les utilisateurs en leur permettant de faire une première sélection à travers les catégories

-

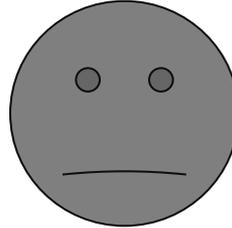
- **Les moins** : Des utilisateurs qui ne connaissent pas l'ensemble de la gamme et quelles promotions sont appliquées sur quels produits

Une présentation des catégories qui plaît mais un manque de visuels produits



« C'est clair ça donne plus envie que l'objet du mail ça donne envie parce qu'on voit dans quelle gamme on peut aller »

« On voit toutes les rubriques existantes »



« Ça attire déjà le 70% en très grand ça donne envie de cliquer au lieu d'avoir la liste des articles plutôt avoir quelques articles

« C'est assez clair on peut se diriger tout de suite dans le rayon où on veut aller »

« C'est un peu le même style que La Redoute il y a l'essentiel en un clin d'œil avec les thèmes en haut »

Typologie des newsletters (4/4)

Les newsletters centrées « produits »

- Newsletters qui annoncent les soldes en mettant en avant des visuels produits tout en présentant les catégories de la gamme.

Tape à L'oeil



Quelle



+

Les plus : Une newsletter qui informe sur les différents produits et les soldes qui leurs sont appliqués. Elle informe aussi sur l'ensemble des produits, disponibles sur le site, à travers des catégories

-

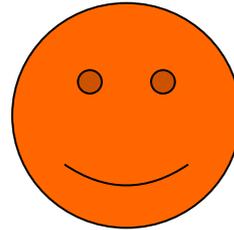
Les moins : Un risque que l'utilisateur ne trouve pas de produits qui lui conviennent et quitte la newsletter

Une newsletter complète qui séduit les utilisateurs



« J'aime bien quand on voit un produit, c'est attirant ça donne envie d'aller voir plus loin. Ça crée le besoin alors que l'autre newsletter non »

« C'est vraiment bien, on a le choix »



« La newsletter, je la trouve bien constituée, il y a des parties femme, enfant... »

« Ça me va bien là on peut avoir un aperçu, il y a les informations, il y a du visuel, il y a les tarifs avec ou sans les soldes c'est clair »

« Elle est bien complète, on retrouve bien les différentes rubriques des enfants, pour moi ça me va »

Conclusion

5 CONSEILS POUR RÉUSSIR VOS NEWSLETTERS EN PÉRIODE DE SOLDES





- 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 avant les produits avec leur promotion ainsi que l'ancien et le nouveau prix**

Le grand gagnant : Quelle La Source

La Source QUELLE
La Source.fr: Soldes jusqu'à -80%*
Profitez-en vite en cliquant ici Marie!
SOLDÉS LES SOLDES C'EST PARTI!
TOUTE LA FEMME

Général
4,25/5

Quelle La Source

mathon.fr
SOLDÉS -60%
C'est parti!
Cuisine Électroménager Parfums & Beauté Décoration Découpe

Général
3,65/5

Mathon

Excédence
Plus on y va, plus on y gagne!
3 SUISSES
FEMME LINGERIE HOMME ENFANT SPORT CHAUSSURES GRAN
Lancement des
SOLDÉS
Elles font fondre les prix...
Jusqu'à

Général
3,65/5

Excédence



Moyenne des notes concernant l'apparence et le contenu recueillies auprès des 50 utilisateurs

109 127

Annexes

CONTEXTE DE L'ÉTUDE
PRÉSENTATION EMAILVISION
PRÉSENTATION ALTICS



Annexes

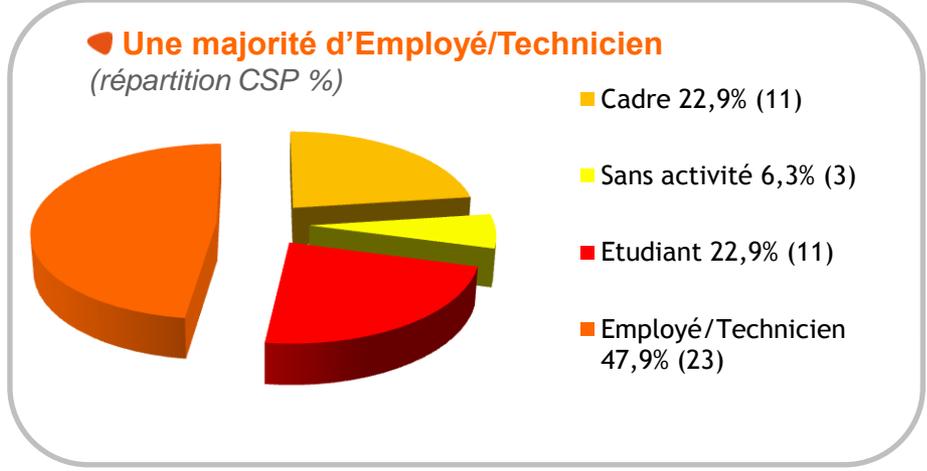
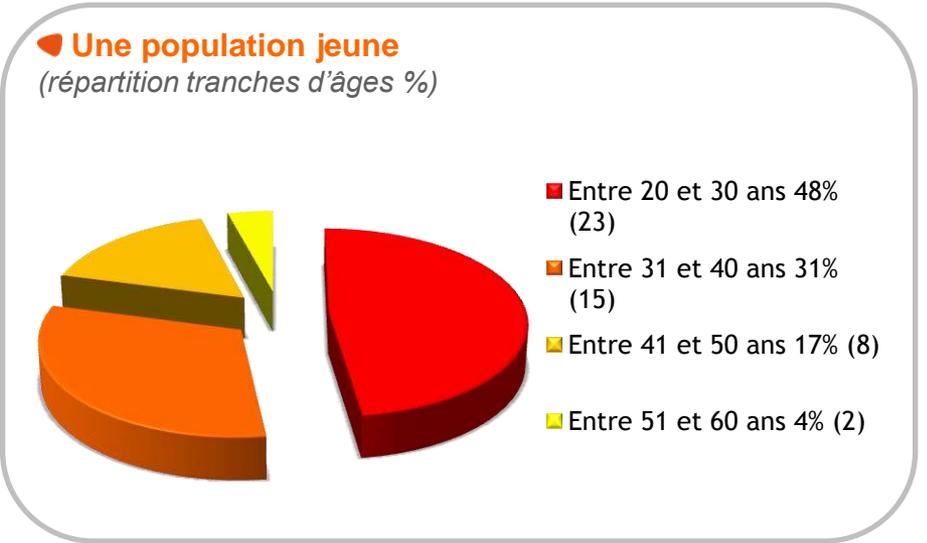
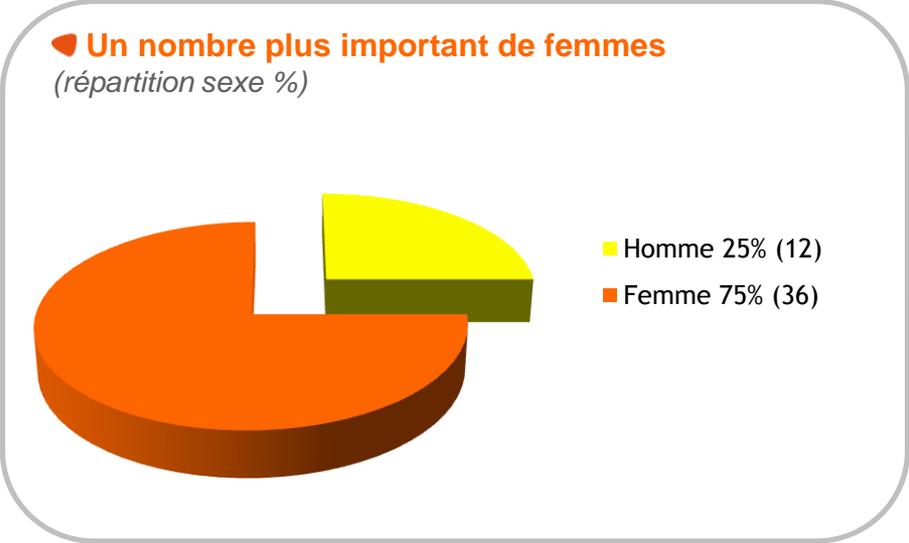
CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Test Eye Tracking



Une population jeune et féminine

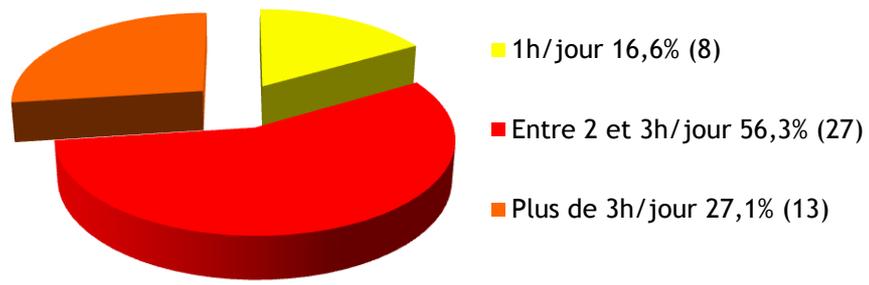
Profil des 50 utilisateurs testés



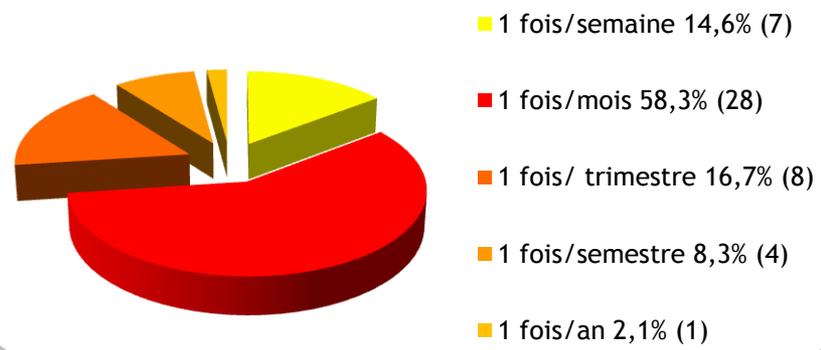
Des utilisateurs à la maturité internet excellente

Profil des 50 utilisateurs testés

♥ **Une population très présente sur Internet**
(temps quotidien passé sur Internet hors consultation mail)



♥ **Des e-acheteurs réguliers**
(fréquence d'achat sur Internet %)



Annexes

CONTEXTE DE L'ÉTUDE

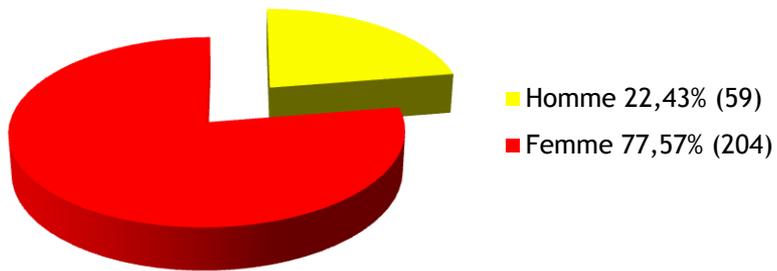
Questionnaire



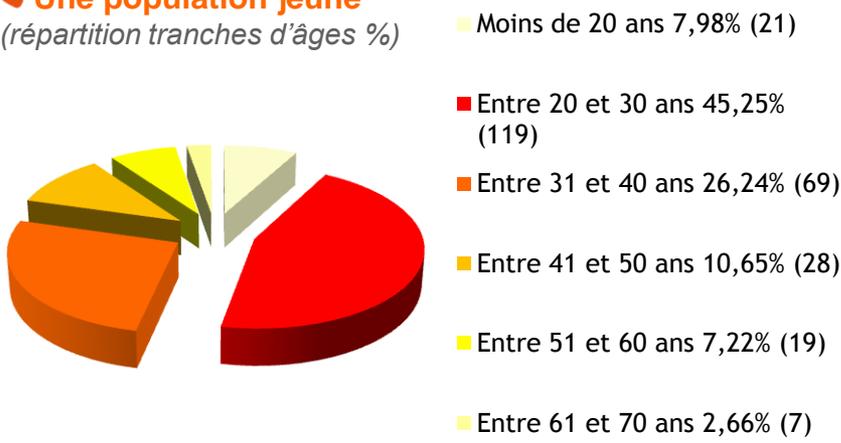
Une population jeune et féminine

Profil des 263 utilisateurs testés

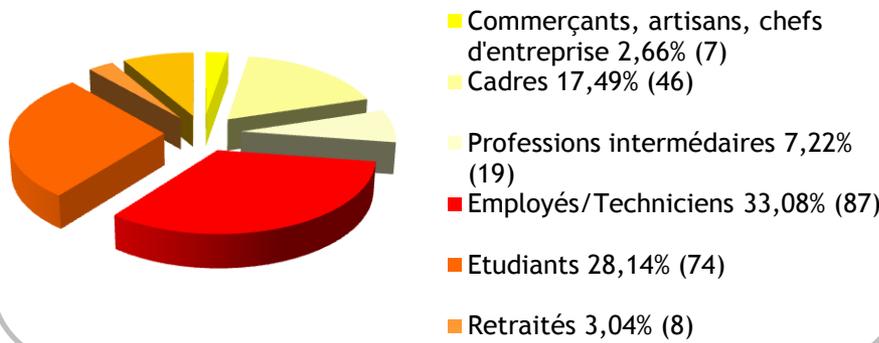
Un nombre plus important de femmes (répartition sexe %)



Une population jeune (répartition tranches d'âges %)

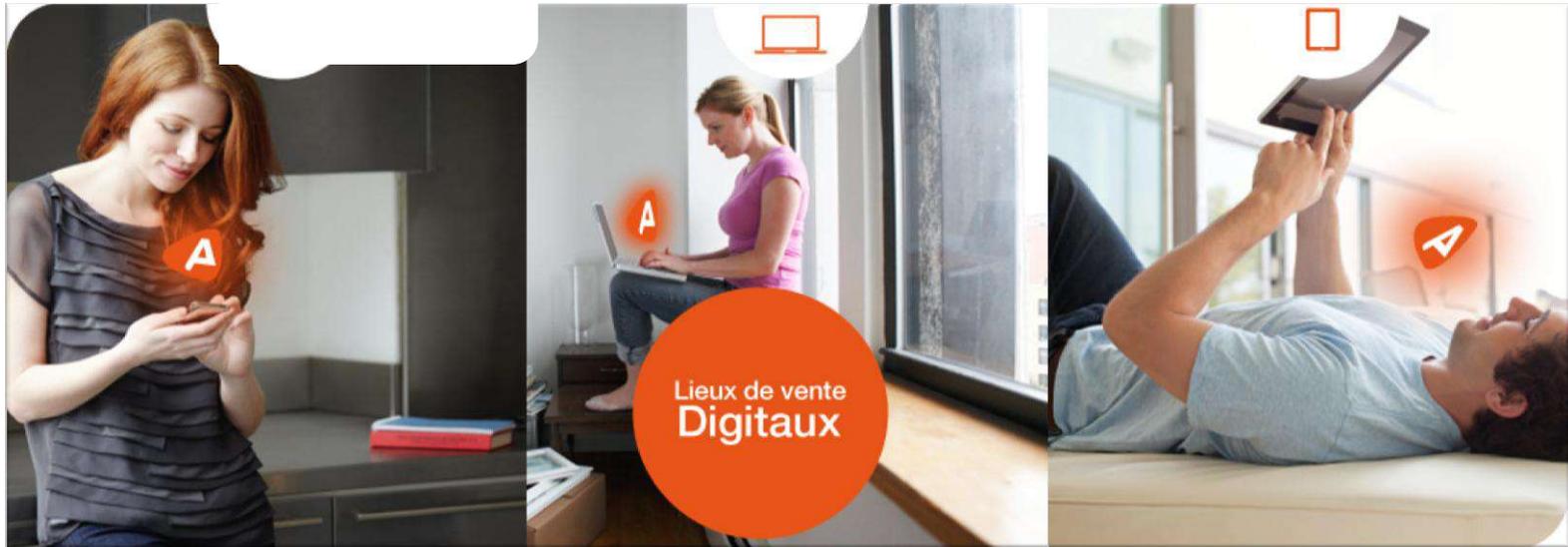


Une majorité d'Employé/Technicien (répartition CSP %)



Annexes

PRÉSENTATION EMAILVISION



1er éditeur International des solutions SaaS
pour l'email marketing



- Plus de 11 ans d'expérience
- + 2500 clients
- + 300 spécialistes
- Présence dans 15 Pays
- 3 milliards de messages/mois
- CA = 29.36 M€ en 2009 (+35%)
- CA = 19.3 M€ en S1 2010 (+46%)
- 486 nouveaux clients sur S1 2010
- Coté sur le marché NYSE Alternext depuis 2006
- Membre des associations professionnelles
DMA, DDV, IAB, ACSEL, EBG, SNCD, e-consultancy, etc.
MAAWG, Certified Sender Alliance (Délivrabilité), AFDEL
- Classements : Truffle 100, Europe's 100, Deloitte Fast 500





Une nouvelle façon de délivrer
et optimiser vos campagnes
d'email marketing



■ Leader International de l'Email Marketing

- Plus de 2500 clients suivis par les équipes support/service de 15 bureaux internationaux
- Chaque client bénéficie d'un Gestionnaire de compte dédié
- L'Email Marketing Academy a formé plus de 4000 marketeurs
- Ciblés et spécialisés à 100% autour des solutions on-demand d'email marketing

■ Plate-forme Robuste de livraison et de Délivrabilité

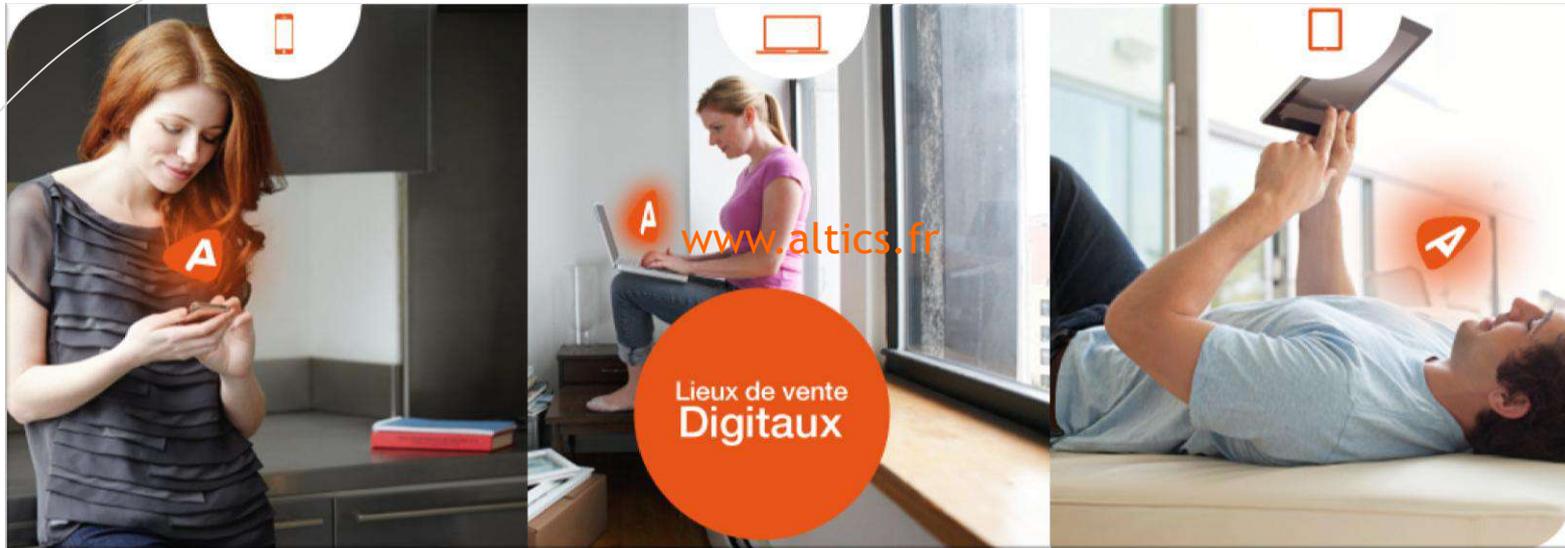
- Un taux moyen de délivrabilité supérieur à 95% pour l'ensemble de nos clients
- Plus de 2 millions de messages par heure par campagne par client
- Un niveau de disponibilité de la plate-forme de 99.8%
- Plus de 3 milliards de messages envoyés par mois

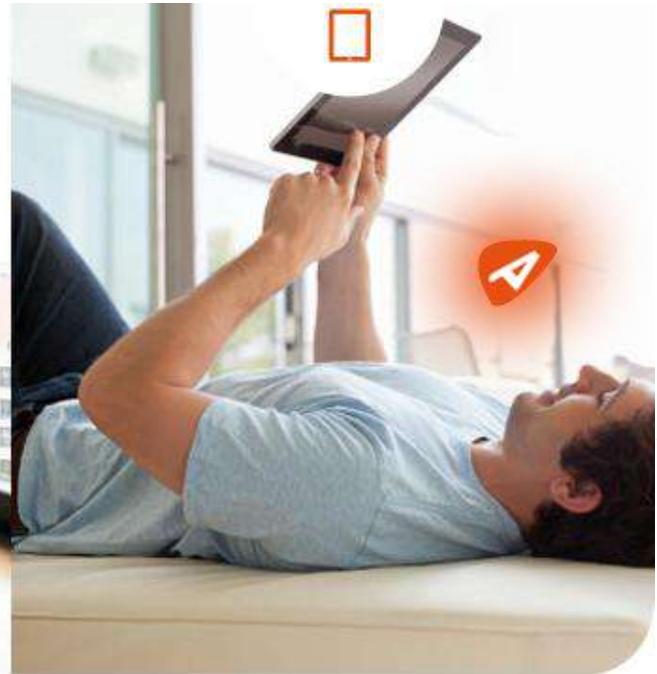
■ Interface Simple de Gestion et d'Optimisation de Campagne

- Fonctionnalités avancées : Split testing, MVT Testing, Automatisation du Cycle de Vie, Campagnes SMS & RSS, Workflow et Gestion des Droits, Email Transactionnel, Alertes Temps-Réel pour les réseaux sociaux, Email d'abandon de Panier d'achat
- Pré-intégration avec les principaux webanalytics et salesforce.com
- Emailvision Cloud Services API
- Une vision innovante et une roadmap clairement définie

Annexes

PRÉSENTATION ALTICS





Lieux de vente
Digitaux



Lieux de vente
Traditionnels



Partir des vrais « gens »



123

126

Recette by Altics



Tester attentes et
comportements digitaux
Testing



Concevoir des parcours
d'achat «zéro grain de sable»
e-Merchandising



Accompagner vos équipes
et sélectionner les outils adaptés
Solutions



Nos différences

Modèle économique à la performance

Focus e-Commerce



Outils uniques



Publications régulières



Equipe de passionnés



Synthèse des Offres



Révélez
votre potentiel



DIAG by Altics

Repérez les points bloquants via un DIAG web, mobile, multicanal by Altics

Accélérez
à la performance



TOP by Altics

C'est TOP by Altics. Rémunération incluant une partie variable.

Écoutez
vos utilisateurs



TEST by Altics

Plus de 21 produits de tests conso (quali – quanti – Eye Tracking...)!



Contact



A votre écoute :

Olivier MARX | Fondateur

T 04 72 76 94 00 | win@altics.fr

