

Joyeux anniversaire cher abonné !



## TOUT SAVOIR SUR LE FONCTIONNEMENT DES EMAILS D'ANNIVERSAIRE

Envoyer un email pour l'anniversaire de ses abonnés est une pratique gagnante, qui génère bien souvent un important retour sur investissement. ExactTarget a étudié les stratégies de communication déployées par plus de 160 marques B2C autour des anniversaires : commerçants, restaurants, employés, agences de voyages, ONG... Il y a mille et une façons pour les marques de faire plaisir à leurs abonnés lors de leur anniversaire.

### QUI envoie ce type d'email ?



Les marques hors secteur de la distribution sont 3 FOIS PLUS FRIANDES de ce dispositif marketing, et notamment les restaurants qui utilisent couramment cette technique de fidélisation.



### QUEL cadeau est offert ?

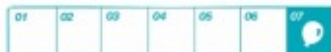


Les marques de distribution offrent GÉNÉRALEMENT DES RÉDUCTIONS



Le cadeau privilégié par les restaurants reste LE DESSERT GRATUIT

### QUAND est-il envoyé ?



La plupart des marques envoient leurs emails au moins une semaine avant la date d'anniversaire de leurs abonnés afin de leur laisser le temps d'utiliser l'offre. Quelques marques les envoient même 2 ou 3 semaines avant le jour J.



Près de la moitié des emails mentionne une date d'expiration claire, ce qui renforce l'efficacité des offres promotionnelles en créant un sentiment d'urgence chez l'abonné.

### COMMENT collecter les dates de naissance ?

- Lors de l'inscription sur le site**  
Pour les marques qui sont tenues par la réglementation française de collecter ce type d'information.
- Lors de la confirmation d'adresse email suite à l'inscription sur le site**  
Afin de connaître la date de naissance de leurs abonnés.
- Lors de l'optimisation du profil utilisateur de l'abonné sur le site**  
Lors de l'enrichissement de la base de données, afin de cibler le profil et les attentes des abonnés.

### VOUS REPRENDREZ BIEN UNE PART DU GÂTEAU ?

Les campagnes reposant sur l'anniversaire constituent un bel exemple d'outil déclencheur de relation durable entre la marque et ses abonnés. Ils constituent un véritable point de différenciation face aux campagnes classiques. L'important est de régulièrement faire sentir aux abonnés, via des messages personnalisés diffusés à des moments clés, qu'une attention particulière leur est portée.



Source: Données tirées d'une enquête ExactTarget comprenant 161 marques B2C, réalisée au deuxième trimestre 2013, et utilisant des comptes d'emails anonymes.

ExactTarget.  
marketing.com

# Le fonctionnement des emails anniversaire

**Les emails anniversaire sont un moyen simple de rester en contact avec nos abonnés.**

Une infographie nous en précise les principes et le fonctionnement.

- Qui envoie ces emails
- Les marques hors secteur de la distribution sont 3 fois friandes de ce type de marketing
- Les marques de distribution offrent généralement des réductions
- Ces mails sont envoyés avant la date anniversaire
- Comment collecter les dates de naissance

Joyeux anniversaire cher abonné !



## TOUT SAVOIR SUR LE FONCTIONNEMENT DES EMAILS D'ANNIVERSAIRE

Envoyer un email pour l'anniversaire de ses abonnés est une tactique gagnante, qui génère bien souvent un important retour sur investissement. ExactTarget a étudié les stratégies de communication déployées par plus de 180 marques B2C autour des anniversaires: commerçants, restaurants, employés, agences de voyages, ONG... Il y a mille et une façons pour les marques de faire plaisir à leurs abonnés lors de leur anniversaire.

### QUI envoie ce type d'email ?



Les marques hors secteur de la distribution sont **3 FOIS PLUS FRIANDES** de ce dispositif marketing, et notamment les restaurants qui utilisent couramment cette technique de fidélisation.



### QUEL cadeau est offert ?



Les marques de distribution offrent GÉNÉRALEMENT DES RÉDUCTIONS



Le cadeau privilégié par les restaurants reste LE DESSERT GRATUIT

### QUAND est-il envoyé ?



La plupart des marques envoient leurs emails au moins une semaine avant la date d'anniversaire de leurs abonnés afin de leur laisser le temps d'utiliser l'offre. Quelques marques les envoient même 2 ou 3 semaines avant le jour J.



Près de la moitié des emails mentionne une date d'expiration claire, ce qui renforce l'efficacité des offres promotionnelles en créant un sentiment d'urgence chez l'abonné.

### COMMENT collecter les dates de naissance ?

- Lors de l'inscription sur le site**  
Pour les marques qui sont tenues par la réglementation française de collecter ce type d'information.
- Lors de la confirmation d'adresse email suite à l'inscription sur le site**  
Afin de connaître la date de naissance de leurs abonnés.
- Lors de l'optimisation du profil utilisateur de l'abonné sur le site**  
Lors de l'enrichissement de la base de données, afin de cibler le profil et les attentes des abonnés.

### VOUS REPRENDREZ BIEN UNE PART DU GÂTEAU ?

Les campagnes reposant sur l'anniversaire constituent un bel exemple d'outil déclencheur de relation durable entre la marque et ses abonnés. Ils constituent un véritable point de différenciation face aux campagnes classiques. L'important est de régulièrement faire sentir aux abonnés, via des messages personnalisés diffusés à des moments clés, qu'une attention particulière leur est portée.



Source: Données tirées d'une enquête ExactTarget comprenant 181 marques B2C, réalisée au deuxième trimestre 2013, et utilisant des comptes d'emails anonymes.

ExactTarget.  
a salesforce.com company