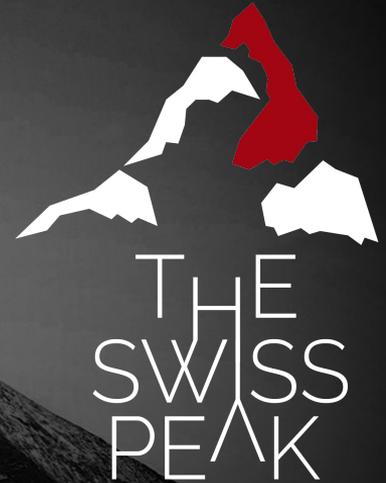


ÉTUDE DE CAS

# MARKETING DIGITAL TECHNIQUE



— AGENCE DE MARKETING DIGITAL —

2024

# CRÉATION D'UN SCÉNARIO



## DE MARKETING

## AUTOMATION RÉTENTION

## CLIENT



Introduction



Problématique



Solution



Résultat



Conclusion

# CONTEXTE & OBJECTIF

**Contexte** : Notre client, un e-shop offrant une large gamme de compléments alimentaires, cherchait à améliorer sa stratégie de rétention client pour augmenter la fidélité et la "life time value" (LTV) de ses clients.

**Objectif** : Développer et implémenter un scénario de marketing automation personnalisé pour engager de manière proactive les clients existants, en encourageant les achats répétés et en augmentant la satisfaction client.



\*Un système d'exploitation professionnel (Work OS) est une plateforme logicielle basée sur le cloud et sur laquelle les équipes créent des applications de flux de travail personnalisées.

# DÉFIS & BESOINS SPÉCIFIQUES

**Défis** : Bien qu'ayant une base de clients en croissance, notre client rencontre des difficultés à maintenir l'engagement des clients après le premier achat, résultant en un faible taux de réachat et une fidélité client limitée.

**Besoins spécifiques** : La nécessité d'un système de marketing automation capable d'identifier les opportunités de réengagement des clients à différents moments de leur parcours, en utilisant des données comportementales et transactionnelles pour personnaliser la communication.

# BESOIN



# MISE EN OEUVRE & STRATÉGIE

**Stratégie de marketing automation** : Nous avons développé un scénario de marketing automation dédié au mailing, conçu pour engager de manière personnalisée les clients existants. Ce scénario comprend plusieurs suites d'emails ciblés, conçus pour stimuler l'engagement et encourager les achats répétés.

**Suites d'emails personnalisés\*** : Les clients ont été segmentés selon leur *historique d'achat*, *préférences de produits*, et *niveau d'engagement*. Pour chaque segment, une série d'emails personnalisés a été créée.

\*La mise en place de ce scénario de marketing automation s'est faite via une plateforme dédiée, permettant un suivi précis des ouvertures d'emails, clics, et conversions résultantes. Cette approche a permis d'ajuster continuellement le contenu et la fréquence des emails pour maximiser l'engagement et les conversions.

# AMÉLIORATION & COMPARAISON

**Augmentation de la fidélisation et du taux de réachat** : Après 6 mois, notre client a constaté une augmentation de 24% de son taux de réachat parmi les clients existants.

**Amélioration de la LTV** : La personnalisation via la segmentation a également contribué à une augmentation de 18% de la "life time value" moyenne des clients, grâce à des achats répétés et à des paniers moyens plus élevés.

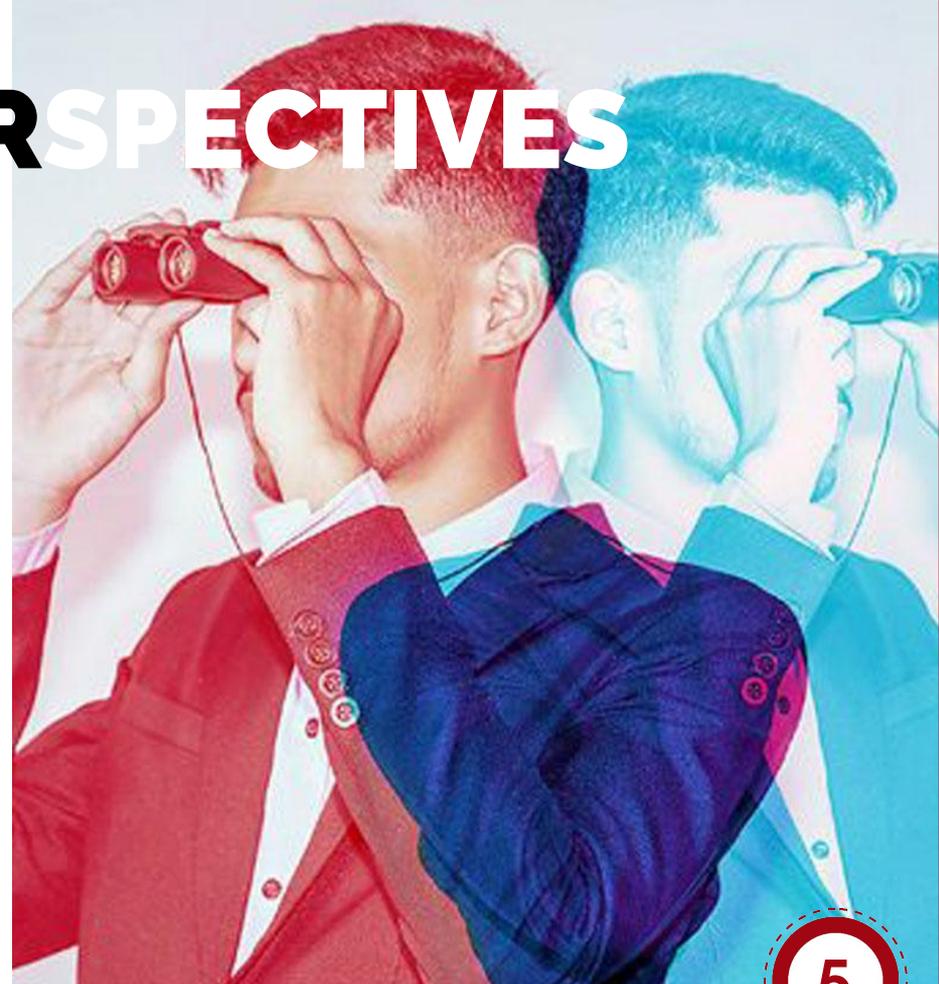
**Optimisation des coûts marketing** : L'efficacité des campagnes de rétention automatisées a permis de réduire le coût global d'acquisition client (CAC) et d'optimiser le retour sur investissement des activités marketing.



# SYNTHÈSE & PERSPECTIVES FUTURES

**Synthèse** : L'implémentation d'un scénario de marketing automation de rétention chez notre client a transformé son approche de l'engagement client, en passant d'une stratégie réactive à une stratégie proactive, personnalisée et basée sur les données.

**Perspectives futures** : Très satisfait de notre travail sur la rétention, notre client nous a mandaté pour travailler sur plusieurs scénarii d'activation au travers de la marketing automation, afin d'améliorer l'engagement global de ses clients.



**VOUS VOULEZ ÊTRE PLUS  
EFFICACE DANS LA GESTION DE  
VOS SCÉNARIIS DE MARKETING  
AUTOMATION ?**

**FAITES CONFIANCE À  
THE SWISS PEAK**

# CONTACT.



Prise de RDV!



## Location

Avenue de Beaulieu 7  
1004 Lausanne



## Contact

[info@theswisspeak.ch](mailto:info@theswisspeak.ch)



## Heures d'ouvertures

Lundi au vendredi  
08h00 à 18h00



THE  
SWISS  
PEAK