

Le marketing automation,

Un levier d'activation dans le parcours client multicanal



1 AVOIR L'ENVIE D'ACHETER

2 RECHERCHER DES INFORMATIONS

3 COMPARER, ÉVALUER POUR FAIRE SON CHOIX

4 ACHETER ET PAYER

5 SE FAIRE LIVRER FAIRE UNE RÉCLAMATION

6 DONNER SON AVIS, PARTAGER SON EXPERIENCE, RECOMMANDER

Email de bienvenue

45%* de taux d'ouverture

Ticket de caisse / Confirmation commande

80%* de taux d'ouverture

Recommandation produits

(si visite non anonyme)

43%* de taux d'ouverture

Relance de panier abandonné

58%* de taux d'ouverture
(Suggestion d'autres produits liés, alerte disponibilité des stocks)

Suivi de livraison

92%** des SMS sont lus dans les 4 min qui suivent leur réception

Suivi de réclamation

67%**** espèrent pouvoir communiquer davantage avec leurs commerçants par le biais de messageries instantanées dans les années à venir

Demande d'avis suite à l'achat

20%* de taux d'ouverture
(Suggestion d'autres produits liés)

Anniversaire

65%*** d'utilisation en + des cartes de fidélité et coupons grâce au Wallet

Réengagement si inactivité

27%* de taux d'ouverture
(Suggestions de produits liés)

*Taux d'ouverture moyen observés chez nos clients ayant mis en place ces programmes sur le canal email
** Mediametrie *** Captain wallet **** Enquête Nielsen