


CASO DE
CLIENTE


YVES ROCHER REACTIVA SU RELACIÓN CON EL CLIENTE EN LÍNEA GRACIAS A CABESTAN : PERSONALIZACIÓN ADAPTADA PARA UNA FOCALIZACIÓN ESTRATÉGICA

PROBLEMÁTICA :

¿Cómo incrementar las ventas y fidelizar la relación con el cliente a través del email ? Newsletter, oferta de bienvenida, campaña de cumpleaños, Yves Rocher confía la gestión de las campañas españolas de email marketing a Cabestan.

EL DISPOSITIVO DE YVES ROCHER :

➤ Oferta de bienvenida : Iniciar la relación con el cliente

La idea es sencilla: ofrecer un primer regalo en el primer email enviado a los clientes.

➤ Newsletter : Mantener la relación con el cliente

El newsletter informa sobre la marca Yves Rocher e incluye ofertas promocionales en forma de vales descuento

➤ Encuesta de satisfacción : Conocer los deseos del cliente

Cabestan cuelga formularios en línea para determinar el producto ideal para cada uno de los contactos de Yves Rocher.

➤ Campañas de "Feliz Cumpleaños" : Fidelizar la relación con el cliente

Enviadas el mismo día del cumpleaños, estas campañas incluyen un regalo sorpresa y una oferta de descuento en la forma de un cupón electrónico para imprimir y aplicar sobre los productos de venta en las tiendas durante un período limitado.



La primera marca mundial de cosmética vegetal y la primera marca de un Instituto de Belleza en el mundo. El grupo Yves Rocher está presente en **40 países** y cuenta con **40 millones de clientes** en **3 continentes**.

Las campañas en línea se difunden en **5 países** (Francia, Rusia, Bélgica, Canadá y España) y en **5 idiomas diferentes**: francés, inglés, ruso, español y neerlandés.

Yves Rocher dispone de **200 tiendas** en España y en 2006 lanzó su sitio de comercio electrónico.

Newsletter de Yves Rocher



Yves Rocher "Creador de la Cosmética Vegetal" ACONEJAMIENTO TRATAMIENTO FACIAL

Para una belleza SOBRENATURAL CULTURE BIO

NUEVO

1 línea compensación carbono (compensada a través de la plantación de árboles)

7 productos respetuosos con los ritmos esenciales de la piel

19 plantas BIO

Hasta 85% de extractos vegetales BIO en nuestras fórmulas

Perfumes 100% naturales

OFERTA LANZAMIENTO

En toda la línea CULTURE BIO

-20%

Regalo de 30€ de compra

Tratamiento Centro de día 15 ml. de un valor de 34€

SI QUIERES MÁS INFORMACIÓN:

Del 29 de enero al 8 de febrero, una consejera experta te explicará en detalle la nueva línea Culture Bio y contestará a todas tus preguntas. ¡Te esperamos en tu Centro de Belleza!

RESERVA el descubrimiento CULTURE BIO a partir de 50€ de compra

Centro Comercial de Gijón

Cupón electrónico de Yves Rocher



Yves Rocher PARIS

Cupón de oferta Yves Rocher

Disfruta de la Newsletter Yves Rocher en tu Centro de Belleza con tu cupón de oferta.

Tu Oferta

EDICIONES LIMITADAS a partir de 1€50

Tus Regalos

1 REGALO a elegir por cualquier compra

Vanity multiuso por tu compra a partir de 25€

Tu reloj 3 esferas por tu compra a partir de 40€

Oferta válida del 24 de noviembre 2008 al 04 de enero 2009 en tu Centro de Belleza presentando este e-mail impreso.

* Oferta válida por la compra de productos del libro verde vigente Yves Rocher. No acumulable con otras ofertas. Excluidos Plaisirs Nature, Dúos Beauty, Accesorios y kits de belleza. En caso de agotar existencias (1400 Extremisils, 1400 sets de porta velas, 2460 Vanitys, 840 espejos, 840 regalos sorpresa, 4000 vanity multiuso, 2000 relojes), los regalos se sustituirán por otros de similares características.

¿COMO GESTIONA YVES ROCHER SU RELACIÓN CON EL CLIENTE ?

“Apoyándonos en la capacidad de reacción del equipo y en la plataforma de Cabestan, gestionamos con eficacia nuestra relación con el cliente. Gracias a las funcionalidades de la plataforma Cabestan, hemos logrado multiplicar nuestro conocimiento del cliente con el fin de gestionar y coordinar íntegramente la relación a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente, lo que nos ha permitido incrementar el volumen de negocio de forma considerable”.
Cyprien Chevrier, Responsable adjunto de marketing de ventas por internet de Yves Rocher España

Campaña personalizada que incluye los productos preferidos por la cliente



Integración del E-couponing : **Transformar un contacto en cliente activo**

La plataforma Cabestan integra de forma nativa la generación de unos códigos de barras personalizados y pone en marcha para Yves Rocher campañas individualizadas de envío de vales descuento por email. Detrás de cada cupón electrónico se oculta un código de cliente, un código de oferta y un código clave, lo que permite conocer los productos favoritos de cada cliente.

Programa de Marketing Viral : **Obtener direcciones de email opt-in de calidad**

Un enlace “Enviar a un amigo” se inserta en todas las campañas por email de Yves Rocher. Cabestan ha creado un escenario de apadrinamiento. El padrino personaliza el email enviado al ahijado, el cual lo recibe en su bandeja de entrada.

Campañas automatizadas al 100% : **Industrializar la relación con el cliente**

La oferta de Bienvenida, la campaña “Feliz Cumpleaños” y el programa de Apadrinamiento están automatizados al 100%. Los escenarios de las campañas y los webservices son los medios técnicos utilizados para industrializar la relación con el cliente.

Campañas de “Feliz Cumpleaños” : **Fidelizar la relación con el cliente**

Enviadas el día mismo del cumpleaños, estas campañas incluyen un regalo sorpresa y una oferta de descuento en la forma de un cupón electrónico para imprimir y aplicar sobre los productos de venta en las tiendas durante un período limitado.

Segmentación del cliente : **Identificar a los clientes más rentables y definir sus objetivos**

Una segmentación fiable permite a Yves Rocher analizar con mayor facilidad los resultados. Una segmentación FRM, FRAT o por comportamiento que permite a Yves Rocher distinguir entre varios grupos objetivo: Clientes potenciales / Clientes / Pasivos / Activos con gran potencial de compra.

Campañas personalizadas : **Profundizar la relación con el cliente**

Gracias al motor de personalización de contenidos, Yves Rocher ofrece el producto adecuado a la persona adecuada, en función de los segmentos y la edad (para proponer productos 100% adaptados), los intereses y el historial de compra.

RESULTADO : ¡ UN VOLUMEN DE NEGOCIO DEL 40% !

- Yves Rocher ha recopilado **700.000 direcciones opt-in españolas**
- El email representa un **65% de la comunicación en línea de Yves Rocher**
- Un crecimiento del volumen de negocio del orden del **40%**.

CABESTAN SPAIN

Gurtubay, 4 3º Dcha
Madrid 28001

Tel. +34 91 436 22 30

www.cabestan.es

LAS VENTAJAS PARA EL CLIENTE SEGÚN YVES ROCHER

CONOCIMIENTO DEL RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN DE LAS CAMPAÑAS MAYOR

CONOCIMIENTO PERSONALIZADO GRACIAS A UNA SEGMENTACIÓN AJUSTADA

MAYOR RAPIDEZ EN LA TOMA DE DECISIONES DE LOS DESAFÍOS ESTRATÉGICOS