

Dix mois d'e-mailings de programmes relationnels

[Lire >>](#)

© Journal du Net

Tout au long de l'année, les plate-formes relationnelles des grandes marques ont gardé le contact avec les consommateurs grâce à l'e-mail. Le Site Marketing a sélectionné leurs meilleures créations de janvier à octobre.

Réalisé par Benoît Méli, Journal du Net

■ Publié le 26/11/2009

Janvier : Garnier organise les envois de voeux

[<< Précédente](#)[Suivante >>](#)

Prends soin de toi
GARNIER

Ma newsletter

LES NOUVEAUTÉS

PRENEZ SOIN DE VOS PROCHES !

BONNE ANNÉE À TOUS!

Tous mes voeux pour votre année!

Vous souhaitez **envoyer vos vœux** à vos proches en vidéo ou en images ?

Créez votre ecard personnalisée en quelques clics.

JE CRÉE MON ECARD

LE MAGAZINE Prends soin de toi

Découvrez le magazine du mois de janvier :

Une année dans les starting-blocks pour bien démarrer !

2009

Je consulte le magazine

LA PAROLE AUX LECTRICES

Devenez l'une de nos rédactrices du magazine et gagnez un panier produits

Le thème du mois : bouger efficacement en s'amusant avec ses enfants.

Je me lance

Dès le 10 janvier, **Garnier permet à ses abonnés retardataires de souhaiter leurs vœux avec une grande originalité**. En quelques clics, une e-card contenant vidéo, photos et texte est élaborée, soulignée d'une discrète présence de la marque. Un exemple de **service rendu au bon moment et dans les règles de l'art** par une marque qui souhaite prendre soin de ses clientes.

- Période d'envoi : 10 janvier
- **Objet du message** : "Envoyez des ecards de voeux personnalisées à vos proches"

[« Précédente](#)

■ Publié le 26/11/2009

[Suivante »](#)

Février : Danone génère du trafic en points de vente

« Précédente

Suivante »

Danone et vous vous propose de découvrir l'offre Actimel

Actimel.
L. CASEI DEFENSIS
Soutenez l'Institut Pasteur dans ses recherches sur le système immunitaire

L'hiver se poursuit, aidez à fortifier vos défenses naturelles !

Venez rencontrer nos animateurs spécialisés

- les 6 et 7 février chez **Carrefour**
- les 13 et 14 février chez **Auchan**

[Cliquez ici pour connaître la liste des magasins participants !](#)

OFFERT

- un DVD "Fred et Jamy vous expliquent le système immunitaire"*

Extrait de l'e-mailing de Danone et vous © [Le site Marketing](#)



Danone choisit le pic de l'hiver pour relancer son discours santé. En février, c'est la marque Actimel qui est mise en avant de manière très active. Pour apporter la preuve de son efficacité à contribuer au renfort de l'immunité, la marque invite ses abonnés à rejoindre une animatrice dans un hypermarché pour une animation qui donne la possibilité d'emporter un DVD expliquant le système immunitaire. Une communication personnalisée qui marque grâce à l'indication de la date précise de l'opération et les coordonnées du magasin le plus proche.

- Période d'envoi : 6 février
- Objet du message : "Avec un hiver pareil vous faites quoi pour vous fortifier ?"

« Précédente

■ Publié le 26/11/2009

Suivante »

Mars : Unilever fait sa promo chez Du Pareil au Même

« Précédente

Suivante »

Pour tout vous dire et **skip** essences de la nature pensent à vous...

Jusqu'au 15 mars 2009

OFFERTS chez DU PAREIL...au même

SKIP et DP...am s'associent...

Pour prendre soin des vêtements créés pour vos enfants. **DU PAREIL...au même** recommande Skip essences de la nature. **la nouvelle lessive des peaux sensibles**

...et vous offrent plein d'avantages

Rendez-vous vite dans votre magasin **DU PAREIL...au même** et recevez **deux échantillons* Skip essences de la nature + 3,60 € de réduction**

A bientôt pour de nouveaux avantages...

skip essences de la nature

Pour le plus grand respect de votre peau

Hypoallergénique

*Dans la limite des stocks disponibles pour tout achat dans un magasin DPAM Enfant, Bébé et /ou Châtaigniers de France Métropolitaine.

L'e-mailing de Pour Tout Vous Dire © Le site Marketing

Skip, à travers la plateforme relationnelle d'Unilever "PourToutVousDire", informe ses consommateurs du **partenariat qui la lie avec l'enseigne de prêt-à-porter pour enfants Du Pareil au Même**. L'enseigne, qui recommande aux mamans l'emploi de cette marque pour le bien-être dermatologique de leurs enfants, remettra à ses clients des **échantillons et bons de réduction de cette formule de lessive délicate pour les peaux sensibles**. Le support e-mailing renforce un acte de communication fortement repris par ailleurs : magasin, mailing, bannières.

- Période de l'envoi : 6 mars
- Objet du message : "Plein de cadeaux avec Skip et Du Pareil Au Meme"

« Précédente

■ Publié le 26/11/2009

Suivante »

Avril : Nivea présente ses innovations produits

« Précédente

Suivante »



BLUENEWS
TOUTES LES ACTUALITÉS NIVEA À PORTÉE DE CLIC !

MON PRODUIT COUP DE CŒUR
Faites revivre vos cheveux chaque jour !

Sèche-cheveux, coloration, pollution... vos cheveux ont la vie dure ! Fragilisés, ils deviennent ternes, secs et cassants. Avec le nouveau programme **INTENSE REPAIR** de NIVEA, vos cheveux sont régénérés jusqu'aux pointes et retrouvent douceur et brillance comme si vous sortiez de chez le coiffeur.

[JE DÉCOUVRE](#)

Extrait de l'e-mailing de Nivea © Le site Marketing

Rien de tel qu'une communication récurrente avec les internautes ayant souhaité une communication par e-mail avec la marque. Nivea n'échappe pas à la règle avec sa Blue News mensuelle. L'édition d'avril met en avant ses innovations produits ("Mon produit coup de cœur"), son contenu contextuel ("Mes actualités") et ses offres promotions ("Mes offres plaisir"). Un contrat de lecture simple, lisible facilement sur écran et un contenu qui colle avec les attentes majeures des internautes en matière d'email des marques.

- Période de l'envoi : A partir du 31 mars
- Objet du message : "Savourez le printemps avec nos offres rayonnantes"

« Précédente

■ Publié le 26/11/2009

Suivante »

Mai : Mir fait élire le prochain design de ses bouteilles

« Précédente

Suivante »



Mai
Cultiver l'inventivité

La Belle
adresse

Concours Dessine-moi Mir
Vous avez jusqu'au **31 mai 2009**
pour parier sur le bon design !

Bonjour Elisabeth,
Devinez quel design Mir
remportera le concours,
et vous serez peut-être
récompensé(e).
A la clé, 500 porte-clés
La Belle adresse à gagner !*

[Voir le règlement](#)

Je parie !

Quoi de neuf ?

LE CHAT AVEC VOUS POUR L'ENVIRONNEMENT

Vous êtes déjà près de 400 000 foyers** à avoir choisi Le Chat Eco Efficacité: une lessive écologique alliant efficacité et un plus grand respect de l'environnement
Mais au fait, c'est quoi l'éco efficacité?

L'équation durable Le Chat Eco Efficacité

Une excellente formule
- Une base végétale de très haute performance



Extrait de l'E-mailing La Belle Adresse / Mir © [Le site Marketing](#)

Pour animer sa newsletter mensuelle, **Henkel choisit la technique du concours**. Peu onéreux, surtout dans sa version numérique, il permet en effet d'impliquer fortement les internautes inscrits au club La Belle Adresse. Ici, **la marque compte sur eux pour voter pour l'un des neuf designs proposés afin d'habiller temporairement le flacon de MIR**. Pour participer, les internautes doivent remplir un formulaire, après avoir vu les autres informations des marques du groupe. Une bonne animation malgré sa dotation : des porte clés qui pourraient être attractifs si l'e-mail en dévoilait le design.

- Période de l'envoi : 14 mai
- Objet du message : "Mai jouez avec Mir et gagnez des cadeaux"

« Précédente

■ Publié le 26/11/2009

Suivante »

Jun : Procter & Gamble pique Lu à Danone

<< [Précédente](#)

[Suivante](#) >>

envie de plus vous propose
Tous les jours de nouvelles idées
pour embellir vos journées

Son délicieux supplément LA BOÎTE À IDÉES LU

C'est nouveau et rien que pour vous !

Bonjour Monica,
Envie de plus vous propose de découvrir son délicieux supplément **La Boîte à Idées LU**. Retrouvez dès maintenant plus de 250 recettes simples et rapides, des idées d'activités sympa et des sorbes pour toute la famille. Et aussi bien sûr plein de bons de réduction à dévorer !
Avec **La Boîte à Idées LU**... La routine, on lui fait sa fête !

RECETTE À LA UNE

Les premières fraises et crème chantilly à la vanille
→ J'en veux !



→ REJOIGNEZ LA TRIBULU

Les idées du jour :

A la soupe...
froide !



Drôle
d'animaux



Des maths
en cuisinant



Labyrinthe
de maïs



Extrait de l'e-mailing Envie de Plus / Lu © Le site Marketing

La marque Lu, cédée par le groupe Danone, a dépossédé l'entreprise de la force de frappe de son système de marketing relationnel. Une belle opportunité pour Procter & Gamble. Lu profite de la puissance du premier club de consommateur relationnel européen. Envie de Plus enrichit son contenu d'une dimension alimentaire forte (au-delà des seuls Snacks Pringles) qui lui permet de concurrencer en cela le Club de son rival Unilever, bien équilibré entre les sujets sur les joies de l'entretien de la maison. Et de la gastronomie domestique.

- Période d'envoi : Jun
- Objet du message : "Découvrez les avantages de notre délicieux supplément la boîte à idée Lu"

<< [Précédente](#)

■ Publié le 26/11/2009

[Suivante](#) >>

Juillet : Procter & Gamble joue la carte des bons de réduction

« Précédente

Suivante »

envie de plus
Tous les jours de nouvelles idées pour embellir vos journées.

Les Golden Days™
du 29 Juin au 18 juillet

-20%

Sur **20 grandes marques**,
pendant **20 jours***
sur enviedeplus.com

J'EN PROFITE !

Extrait de l'e-mailing de Envie de Plus © Le site Marketing

The advertisement features a golden bokeh background. At the top left is the 'envie de plus' logo with a tagline. At the top right is a circular 'Les Golden Days' badge with dates. The center is dominated by a large '-20%' discount. Below it, text specifies the offer is for 20 brands for 20 days on the website. A button says 'J'EN PROFITE !'. At the bottom, there are images of detergent boxes for Lenor, Duracell, and Ariel.

Attente numéro un des lecteurs des communications des marques, **les offres hard-selling constituent un enjeu clé des clubs de fidélisation des entreprises de la grande consommation.** Vendant en mode indirect au travers les grandes surfaces, elles utilisent des systèmes sécurisés pour rembourser les magasins des coupons affichés sur le site de la marque et imprimés directement par les clients à leur domicile. C'est donc la surenchère des différents clubs pour proposer la plus grande générosité totale de bons disponibles à un instant T. **Ici Procter & Gamble annonce 20 bons de réductions avec une promesse de 20 % de réduction** sur les prix en magasin sur certaines marques de détergents.

- Période d'envoi : 6 juillet
- Objet du message : "20 bons de reduction a imprimer immediatement"

« Précédente

■ Publié le 26/11/2009

Suivante »

Août : La Laitière rafraîchit sa communication

« Précédente

Suivante »



Retrouvez le vrai bon goût des vraies bonnes choses

Réalisez de délicieuses coupes glacées !

En 2009, vers plus de naturalité

C'est parce que LA LAITIÈRE® choisit avec soin ses ingrédients qu'elle n'a besoin de rajouter ni colorant artificiel ni arôme artificiel dans ses crèmes glacées et les préserve dans un nouvel emballage plus respectueux de la nature.

0,50 €

VOUS offrez

0,50 €

SAUF CRÈMES D'ARÔME

Découvrez nos engagements >

Extrait de l'e-mailing Croquons la Vie / La Laitière © [Le site Marketing](#)

Avec plus d'un français sur deux qui ne part pas en vacances, l'esprit estival souffle quand même sur les foyers qui reçoivent les newsletter du club de Nestlé "Croquons la Vie". La marque La Laitière propose de réaliser des coupes de glaces maison via un bon de réduction de 0,50 euro. La marque en profite pour valoriser un produit soucieux de "naturalité" : des composants naturels, un emballage plus écologique. Un exercice de communication qui concilie les attentes majeures des clients fidèles : des offres sur les produits les plus fréquemment achetés et des informations produits.

- Période d'envoi : Août
- Objet du message : "Un bon de réduction pour réaliser de délicieuses coupes glacées"

« Précédente

■ Publié le 26/11/2009

Suivante »

Septembre : Unilever offre des kits de petit déjeuner

« Précédente

Suivante »

Planta Fin

E'est bon de grandir!

Offrez à votre enfant son kit "Mon p'tit déj de grand"

Les fiches recettes

Mon tartineur

Mon assiette

La première tartine et le premier gâteau sont des étapes clés pour devenir un grand.

Alors pour acquérir de bonnes habitudes alimentaires, Planta Fin vous propose 2 kits* qui lui permettront d'être un vrai p'tit chef!

Mon p'tit déj de grand

*Pour l'achat de 2 produits Planta Fin et un minimum de 30€ d'achats dans votre magasin. Voir modalités complètes sur www.plantafin.fr

L'e-mailing Pour Tout Vous Dire / Planta fin © [Le site Marketing](#)

Comment une marque alimentaire peut elle être présente dans un foyer consommateur, tout en **s'assurant que les enfants s'approprient la marque** ? Planta Fin (Unilever) relaie via le club Pour Tout Vous Dire une offre de prime différée pertinente : **un kit de petit déjeuner comprenant un tartineur, une assiette et des fiches recettes**. Elle propose ainsi aux parents d'expérimenter la pâtisserie avec leurs enfants... et Planta fin ! **Une communication ciblée simple et qualitative.**

- Période de l'envoi : 10 septembre
- Objet du message : "Offrez à votre enfant son kit mon p'tit déj de grand"

« Précédente

■ Publié le 26/11/2009

Suivante »

Octobre : Nestlé fête le salon du chocolat

« Précédente

Suivante »

Croquons la vie avec Nestlé

Widget + 1 recette par jour

Cette semaine :
C'est le Salon du chocolat !



Fondant au chocolat et caramel

Nouvelle recette !
À vous de voter !

- Ajouter à ma boîte à recettes
- Commenter cette recette

 vous offre **0.30 €**

- Imprimez le bon de réduction.

Astuce
Servez avec un coulis de fruits rouges, un peu acide.



Conseil Bien-être
Recette gourmande : prévoyez un déjeuner léger ou de faire du sport avant !



D'autres idées pour varier les plaisirs

 <p>Pour le goûter Madelines aux pommes et pépites chocolat-caramel</p> <p>Nouvelle recette ! À vous de voter !</p> <p>Invitation</p>	 <p>Pour le goûter Ronde chocolatée banane-caramel</p> <p>Nouvelle recette ! À vous de voter !</p> <p>Invitation</p>
--	---

Extrait de l'e-mailing Croquons la Vie © Le site Marketing

Le Club de Nestlé est généreux vis-à-vis de ses consommatrices. Il propose **toutes les semaines, autant de recettes que de jours** durant lesquels la même question revient chaque soir : "que mange-t-on ?" Les contenus de la newsletter du club de Nestlé évoluent au gré des saisons et des événements calendaires (Mardi gras, pâques etc.). A l'occasion du **salon du chocolat (14-16 octobre)**, Nestlé a dédié l'ensemble de ses recettes à l'un des ingrédients préférés des Français.

- Période d'envoi : Octobre
- Objet du message : "[Prénom], vos 7 recettes de la semaine !"

En savoir plus

◀ Revoir

Méthodologie :

Pige réalisée par Le Site Marketing, qui dispose d'un panel de 400 personnes en France et de logiciels de pige automatisée.

A propos du Site Marketing :

LeSite Marketing est expert en pige publicitaire Hors Media & Internet avec deux services : la pige360hors-medias (campagnes multisecteurs et multi supports) et LesYeuxduNet (Veille et analyse surInternet).



Le Site Marketing © Le Site Marketing

En savoir plus :

» www.lesitemarketing.com

» www.lesyeuxdunet.com