



IBM WebSphere fête ses 10 ans !

Découvrez comment optimiser vos performances IT avec les solutions WebSphere de gestion et d'intégration des applications, leaders du marché.

[En savoir plus](#)

■ A LA UNE

SELECTION



Manuels scolaires

E-mailing : 10 campagnes originales pour la rentrée scolaire

Depuis début août, les annonceurs préparent la rentrée scolaire et le canal e-mail n'échappe pas à leur budget. Le JDN a sélectionné et analysé une dizaine de campagnes parmi les plus originales du moment. (04/09/2008)

INTERVIEW Serge Pilicer (RuraliTIC)

"Les élus locaux demandent un plan fibre national"

Rendez-vous des décideurs territoriaux en matière d'innovation, RuraliTIC a enregistré une affluence record cette année. Bilan des principaux débats avec le fondateur de l'événement. (04/09/2007)



E-mailing : 10 campagnes originales pour la rentrée

Depuis le début du mois d'août, les annonceurs préparent la rentrée scolaire et le canal e-mail n'échappe pas à leur budget. En partenariat avec Le Site Marketing, le JDN a sélectionné et analysé une dizaine de campagnes parmi les plus originales du moment. [Lire](#)

pas à leur budget. En partenariat avec Le Site Marketing, le JDN a sélectionné et analysé une dizaine de campagnes parmi les plus originales du moment. [Lire](#)

E-mailing : 10 campagnes originales pour la rentrée

[Lire >>](#)

Sommaire

Une rentrée sous le signe du pouvoir d'achat

Les sites e-commerce en première ligne

SFR

MyPix

Kiabi

Fnac Eveil et Jeux

Intermarché

eBay

HP

Nouvelles Frontières

Daxon

Petit Bateau



© Le Site Marketing

Depuis le début du mois d'août, les annonceurs préparent la rentrée scolaire et le canal e-mail n'échappe pas à leur budget. En partenariat avec Le Site Marketing, le JDN a sélectionné et analysé une dizaine de campagnes parmi les plus originales du moment.

■ Réalisé par Benoît Méli, Journal du Net 04/09/2008

Une rentrée sous le signe du pouvoir d'achat

« Précédente

Suivante »

Depuis le début du mois d'août, les annonceurs préparent la rentrée. Pas moins de 80 campagnes sur ce thème ont été émises au cours du mois d'août.

Le pouvoir d'achat constituant une des principales préoccupations des Français, les annonceurs ont majoritairement communiqué sur ce thème. Le mot-clé "prix" arrive ainsi en seconde position des termes les plus utilisés dans les objets des e-mails marketing de rentrée, derrière... "rentrée".

Majoritairement, c'est la dimension transactionnelle qui domine, dans 53 % des campagnes étudiées. Les annonceurs mettent ainsi l'accent sur leurs offres de réduction (remises en pourcentage ou en euros), sur leurs promotions pour petits budgets. Plus occasionnellement, ils axent leur communication sur la fin des vacances en proposant des cadeaux associés, comme un tirage photo offert.

Pour adoucir un peu les messages transactionnels, 11 % des campagnes présentent des animations sous forme de jeu, selon Le Site Marketing. Il s'agit majoritairement de loteries, dont les dotations sont en rapport avec l'activité de l'annonceur et la thématique rentrée.



Alinéa
MEUBLE & DÉCO

Du 13 août au 16 septembre
UNE RENTRÉE DES CLASSES
PLEINE DE COULEURS
ET À PETITS PRIX !

Bonjour #08-SALUTATION#
#08-Hello!

Pour les petits comme
pour les plus grands,
Alinéa vous présente
sa collection très tendance
et toujours... À PETITS PRIX !

SOFT
Bureau moderne
79,00 €
à partir de 69,00 €

LES INCONTOURNABLES
DE LA RENTRÉE

Comme Alinéa, la plupart des
annonceurs communiquent sur le
thème du pouvoir d'achat © Le
Site Marketing

« Précédente

Suivante »

Les sites e-commerce en première ligne

« Précédente

Suivante »

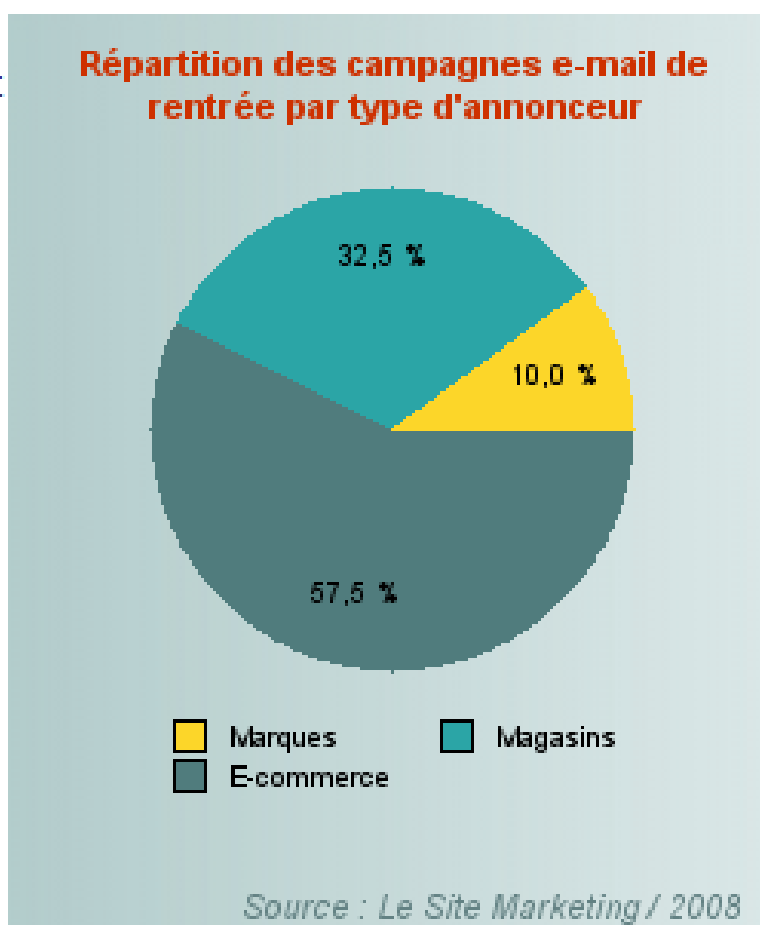
Les sites e-commerce s'emparent majoritairement de la thématique rentrée, réalisant plus de la moitié des campagnes e-mail sur cette thématique. Selon Le Site Marketing, les magasins physiques réalisent près d'un tiers des campagnes de la rentrée, suivis par les marques elles-mêmes, avec 10 % des opérations d'e-mailing réalisées.

En termes de secteurs d'activité, ce sont les grandes surfaces spécialisées (GSS) qui dominent, représentant à

elles seules 40 % des campagnes, suivies de la mode (25 %) et des grandes surfaces alimentaires (22,5 %). Ces trois secteurs misent sur leur gamme adaptée à tous les budgets et profils de clientèle pour convaincre les ménages à une période de l'année où leur portefeuille est fortement sollicité (retour des vacances, achat de fournitures scolaires, etc.).

Viennent ensuite la high tech (5 %) et l'hygiène-beauté (5 %).

L'alimentaire, la banque-assurance, le tourisme et la téléphonie, qui se partagent les 5 % restants.



« Précédente

Suivante »

SFR s'adresse aux mères de famille

« Précédente

Suivante »

Pour promouvoir sa série limitée en partenariat avec MTV, SFR a conçu une campagne destinée aux mères de famille. Objectif : les transformer en prescripteurs de forfaits mobiles aux yeux de leurs enfants. Le produit présenté dans cette campagne (un forfait bloqué adapté aux petits budgets) est en effet réservé aux moins de quinze ans. Envoyée via le programme de bonnes affaires Astuclic, cette campagne e-mail consiste en fait en un dispositif viral : un bouton situé en bas du message permettait au destinataire de prévenir son fils ou sa fille de la mise en vente de ce produit.

» Date d'envoi : 8 août.

» Objet : "Madame [nom du destinataire], découvrez le forfait idéal pour votre ado".

FORFAITS BLOQUÉS Disponible uniquement sur www.sfr.fr du 02/07/08 au 15/08/08

SFR

LES SERIES TV DE SFR

NOUVELLE SÉRIE LIMITÉE

LE FORFAIT À PETIT PRIX

IDÉAL POUR VOTRE ADO!

Une exclusivité sfr.fr réservée aux moins de 15 ans.

N'ATTENDEZ PAS LA RENTRÉE !

Pour vous, parent :

- Facturer votre facture avec un forfait bloqué à **14,90 €** tous, pour un engagement de 24 mois garanti sans risque de déplacement
- Soyez rassuré et appelez votre fille ou votre fils à tout moment.

Pour elle ou lui :

- 40 minutes¹ de communication par mois
- Des sms gratuits et des logos MTV offerts²
- À télécharger depuis la zone découverte MTV
- Une large gamme de modèles compatibles à partir de 50€.

Offre limitée aux 2000 premières inscriptions. Valable du 2 juillet au 15 août 2008.

J'en fais profiter ma fille ou mon fils

COOOO COOOO

La campagne SFR © Le Site Marketing

MyPix customise les fournitures de bureau

« Précédente

Suivante »

MyPix fait partie des quelques annonceurs qui surfent sur la nostalgie des vacances. Le site de développement de photos numériques en ligne a attendu les premiers retours de vacances avant de proposer aux abonnés de sa newsletter de **personnaliser leurs fournitures** (scolaires ou de bureau) en y affichant leurs photos de vacances. Pour l'occasion, le site du groupe Fotovista proposait **une offre promotionnelle (50% de réduction)** sur les fournitures (tapis de souris, pots à crayons, stylos, règles, trousse, étiquettes et cahiers) pour l'achat d'un forfait photo.

» **Date d'envoi** : 19 août

» **Objet** : "Attaquez la rentrée à moitié prix"

myPIX.com

vos numéros client :
votre identifiant :

PERSONNALISER VOS FOURNITURES

Attaquez la rentrée
aux côtés
de vos proches.

PERSONNALISEZ
vos fournitures

-50%
sur les
fournitures de bureau
pour tout
forfait photos
acheté

Accéder à l'offre

Offre exceptionnelle

Besoin
de plus de
place

La campagne MyPix © Le Site Marketing

Kiabi organise un "casting du sourire"

« Précédente

Suivante »

Pour recruter des abonnés pour sa newsletter, Kiabi a organisé un jeu-concours invitant les mères à faire participer leur enfant à un casting photo avant la rentrée. La marque de vêtements promettait ainsi à ses destinataire de faire figurer "le plus beau sourire" sur la page d'accueil de son site e-commerce, Kiabi.com. Cette opération (encore en cours) est également dotée de bons d'achats valables en magasin et sur Kiabi.com. En cliquant sur le lien proposé dans le message, les internautes étaient redirigés vers un site événementiel, leplusbeausourire.com.

le grand casting du **Sourire**
du 12 août au 17 septembre 2008

VOTRE ENFANT à la une de **Kiabi.com**

1000€ POUR LES GAGNANTS

JOUEZ

Participez au casting,
1/ Téléchargez sa photo,
2/ Votez pour lui / elle
3/ Invitez vos amis à voter aussi !

De 12 Août au 17 Septembre 2008, Kiabi organise un GRAND-JEU PHOTO du plus beau sourire de l'AMI destiné aux enfants de 0 à 10 ans.

La campagne Kiabi © Le Site Marketing

Kiabi fait par ailleurs partie des plus gros annonceurs e-mail de cette rentrée : l'enseigne a envoyé pas moins de cinq campagnes différentes au cours du mois d'août.

» Date d'envoi : 25 août

» Objet : "Participez au grand casting du sourire et faites de votre enfant une star"

« Précédente

Suivante »

Fnac Eveil et Jeux envoie un chèque à ses abonnés

« Précédente

Suivante »

Pour inciter ses abonnés les plus fidèles à commander sur son site, l'enseigne de la Fnac dédiée aux jouets leur a fait parvenir à la fin du mois d'août un chèque cadeau d'une valeur de 10 euros pour tout achat en ligne d'une valeur de 60 euros dans le rayon décoration. Valable jusqu'au 27 août, cette offre promotionnelle prenait en fait la forme d'un code promotionnel à saisir lors d'une commande en ligne (ce code ne fonctionnait ni par courrier, ni par téléphone, ni en magasin). **Un bonne façon de doper son activité e-commerce.**

» **Date d'envoi :** 20 août

» **Objet :** "[nom du destinataire], nous vous offrons un chèque déco !"



The image shows a screenshot of an email from Fnac Eveil et Jeux. At the top, there is a navigation bar with a logo and the text "Ca pousse à être curieux" and "CODE AVANTAGES : 10000000". Below this, there is a blue header with the text "Pour tous les codes de nos abonnés les plus fidèles, nous vous en offrons, nous avons le plaisir de vous adresser un chèque déco !" and "C'est le moment d'explorer et de pousser sur vos activités préférées". The main content is a white gift certificate titled "Chèque déco" with a value of "10€". It specifies "Dix euros valable des 60€ d'achats*", "Attribué à : _____", and "Valable jusqu'au 27 août 2008". There is a signature and the text "CODE AVANTAGES : 10000000". At the bottom, there is a pink button that says "J'en profite !". Below the gift certificate, there is a section titled "Retrouvez tous nos produits" with five categories: "Jouets", "Livres", "Jeux vidéo", "Jeux de société", and "Jeux de rôle". At the bottom, there is a footer that says "La campagne Fnac Eveil et Jeux © Le Site Marketing".

Intermarché envoie des recettes de cuisine

« Précédente

Suivante »

A l'occasion de la rentrée scolaire, Intermarché a mis l'accent sur le service. Dans cette campagne, l'enseigne livre quelques idées de recettes de cuisine, pour lesquelles elle propose aux destinataires de passer commande des ingrédients en ligne, via sa plate-forme e-commerce, Expressmarche.com (qui propose le retrait en magasin ou la livraison à domicile à proximité d'une centaine de points de vente). Des liens permettent également de télécharger une version PDF de ces recettes. L'e-mail fournissait également quelques astuces pratiques pour la rentrée scolaire : combattre les poux, garder un œil sur l'alimentation de ses enfants, etc.

AOÛT 2008 **www.intermarche.com**

C'est comme acheter en www.enfin-les-prix-bas.com

La rentrée s'annonce délicieuse...

... AVEC DES PRIX TOUJOURS PLUS BAS POUR VOTRE PORTE MONNAIE !

0,05€ 0,73€ 1,57€

Le plus gros discount de l'été

Mises recettes

Des recettes colorées pour prolonger l'été !

Salade de salade

Ingredients :

- 20 feuilles d'épinards
- 10 tranches de melon d'eau
- 2 tomates
- 100 g concombre
- 2 oignons à cœur de veau
- 4 œufs dur
- sel et poivre

Préparation :

Couper en dés le melon d'eau, le concombre et la tomate, mélanger le tout avec un peu de sel, de poivre, de vinaigre et d'huile.

Disposer dans une salade 5 feuilles d'épinards au-dessus de la vinaigrette, compléter avec des tomates, oignons et fromage, et parsemer de dés d'œuf dur au centre. Entourer ce cœur d'épinards de quelques feuilles de tomate pour la décoration.

10 min **101** 4 pers. **1**

Gâteau de pâtes

Ingredients :

- 200g de tomates
- 200g de pâtes
- 200g de fromage râpé
- 20 g de crème fraîche épaisse
- sel
- poivre

Préparation :

Préchauffer les pâtes dans de l'eau salée.

Égoutter les pâtes dans une passoire, verser dessus le jus de tomates.

Mettre un peu de crème fraîche épaisse et du fromage râpé.

Remplir une moitié d'une casserole de tomates hachées.

Mettre les pâtes dans la casserole, cuire à l'étouffée.

Enfin, verser le jus de tomates.

La campagne Intermarché © Le Site Marketing

» Date d'envoi : 22 août

» Objet : "La rentrée s'annonce délicieuse? avec Intermarché"

« Précédente

Suivante »

eBay met en avant tutus et kimonos

« Précédente

Suivante »

A l'approche de la rentrée scolaire, eBay a réalisé une sélection de produits emblématiques de cette période de l'année : cahiers, manuels scolaires, calculatrices, ordinateurs de bureau et portables, trousse, sacs. Tous ces produits ont été mis en avant dans une opération d'e-mailing réalisée à la fin du mois d'août. D'autres produits, plus insolites étaient également proposés aux utilisateurs du site dans cette sélection, comme des tutus de danse ou des kimonos pour enfants. eBay parvient ainsi à suggérer (mais sans le mentionner) que la rentrée scolaire peut être synonyme d'économies en achetant des produits d'occasion. Plus original, le site d'enchères proposait également dans son message de mettre en vente ses anciens manuels scolaires.

The advertisement features the eBay.fr logo with the tagline 'C'EST VOUS'. The main headline is 'Paré pour la rentrée ?' accompanied by a sun icon. The products are displayed on a grid background with labels: 'Dictionnaires', 'Manuels scolaires', 'Agendas notes', 'Cahiers', 'Trousse', 'Sacs à dos', 'Tutus de danse', 'Kimonos enfant', 'PC portables', and 'Calculatrices'. A red button at the bottom of the grid says 'Je fais ma rentrée sur ebay!'. Below the grid, a grey box contains the text 'PLUS BESOIN DE VOS ANCIENS MANUELS SCOLAIRES ?' and a red button that says 'Vendez-les sur ebay'. At the bottom, a light blue box contains the text 'La campagne eBay © Le Site Marketing'.

» Date d'envoi : 21 août

» Objet : "[nom d'utilisateur eBay], êtes-vous paré pour la rentrée ?"

« Précédente

Suivante »

HP conseille les parents et offre la livraison

« Précédente

Suivante »

Hewlett-Packard a conçu une campagne envoyée à la fin du mois d'août et destinée à aider les parents à choisir le bon équipement informatique pour leur(s) enfant(s). Le fabricant d'ordinateur y expose ses offres promotionnelles, segmentées en fonction du niveau scolaire : des packs avec ordinateurs portables adaptés aux étudiants, lycéens et collégiens, et des ordinateurs de bureaux taillés pour les élèves de primaires. Pour inciter les internautes à la commande en ligne, HP propose par ailleurs un code promotionnel permettant aux bénéficiaires de ne pas payer les frais de livraison. Cette campagne a été envoyée aux internautes inscrits chez HP.

Logiciels | Tablets | Commodités | PC de bureau | Ordinateurs portables | Support

hp BOUTIQUE GRAND PUBLIC

PRÉPAREZ LA RENTRÉE AVEC HP!

RECOMMANDÉ POUR LES **ÉTUDIANTS**

935€
799€

PACK PORTABLE HP INVISION DV9950

- Support portable 17" ultra puissant
- Sac à dos Deluxe en nylon antichocs
- Extension de Garantie 3 ans avec anéantissement et retour sur site

Garantie 3 ans

136€

RECOMMANDÉ POUR LE **LYCÉE/COLLÈGE**

935€
799€

PACK PORTABLE HP INVISION DV9950

Garantie 3 ans

La campagne HP © Le Site Marketing

» Date d'envoi : 23 août

» Objet : "Préparez la rentrée avec HP !"

« Précédente

Suivante »

Nouvelles Frontières invite au voyage

« Précédente

Suivante »

Comment soutenir son activité de voyageur alors que la saison estivale touche à sa fin ? Nouvelles Frontières a tenté d'apporter une réponse avec une campagne à l'objet alléchant : "Partez quand tout le monde rentre".

Envoyé aux abonnés de la newsletter du voyageur à la fin du mois d'août, cet e-mail mettait en avant une sélection de séjours abordables pour les aficionados des départs en vacances pendant l'arrière saison.

» Date d'envoi : 21 août

» Objet : "Partez quand tout le monde rentre"

Nouvelles Frontières Newsletter du 21 août 2008 [Envoyer à un ami](#)

Partez quand tout le monde rentre !

Profitez de nos prix très doux en partant en septembre !

PAYS	Destination	Prix par personne	Offre
TURQUIE	Istanbul	384€	30% de réduction
TURQUIE	Antalya	479€	30% de réduction
MALDIVE	Seydun	649€	
MALDIVE	Seydun	649€	
CANADA	Montreal	649€	
CORSE	Ajaccio	699€	

La campagne de Nouvelles Frontières © Le Site Marketing

« Précédente

Suivante »

Daxon profite de la rentrée pour cibler les seniors

« Précédente

Suivante »

Il n'est pas nécessaire de vendre des fournitures scolaires pour annoncer pendant la rentrée. À condition d'adopter les codes propres à cette période de l'année. C'est ce qu'a fait la marque de vêtements Daxon, dont la clientèle est davantage senior que junior. La griffe du groupe Movitex a envoyé à la fin du mois d'août une campagne baptisée "L'école des bons prix", mettant en valeur ses réductions avec une typographie calligraphiée et sur fond de cahier d'écriture et de crayons d'écolier.

- » Date d'envoi : 22 août
- » Objet : "Un bon point pour les prix"

The image shows a promotional email from Daxon. At the top, there's a navigation bar with a left arrow and the text "Précédente", and a right arrow and the text "Suivante". Below this is a header with a cartoon girl, the text "Trouvailles" and "Le site des bonnes affaires de DAXON", and several yellow discount tags showing percentages like 50%, 40%, 50%, and 70%. The main content area has a grid background. It features a pink backpack icon, the title "L'école des Bons prix!" in calligraphic font, and the subtitle "Des vêtements d'articles". A large purple "80%" is written in the center. Below that, the text "Alors vite j'en profite : je clique" is written in calligraphic font. At the bottom, there are four images of clothing items, each with a yellow discount tag showing percentages like 69%, 65%, 75%, and 75%. At the very bottom, there is a footer with the text "La campagne Daxon © Le Site Marketing".

« Précédente

Suivante »

Petit Bateau met ses vêtements réversibles à l'honneur

« Précédente

Suivante »

"Des vêtements à porter d'un côté comme de l'autre, beaux dehors comme dedans." C'est ainsi que Petit Bateau définit sa gamme de "vêtements réversibles", stars de sa dernière lettre d'information. A l'occasion de la rentrée scolaire la marque de prêt-à-porter proposait des codes de réduction (10 euros de réduction pour 70 euros d'achat ou 20 euros de réduction pour 100 euros d'achat) à ses abonnés. Un jeu concours spécial rentrée permettait également de gagner des tenues et des séjours en échange de l'inscription de ses coordonnées via un formulaire.

The screenshot shows an email campaign for Petit Bateau. At the top left is the Petit Bateau logo. The main heading is "Vive les rentrées réversibles !". Below this, there are four promotional tiles:

- Da 19 août au 31 septembre, je profite de :**
 - 10€ de réduction pour tout achat** (pink background)
 - 20€ de réduction pour tout achat** (blue background)
- Prêt à jouer ?** (white background with a photo of a family) - Text: "Jusqu'au 31 septembre 2018, gagnez 10€ ou 20€ de réduction Petit Bateau pour faciliter votre rentrée et le plaisir de l'école à l'abri-Paris. Prêt à jouer sur <http://jeu.petit-bateau.fr/> ?"
- Réversibilité pour tous !** (white background with images of reversible clothing) - Text: "Pour révéler votre look à partir de 70€ : [à partir de 10€](#). Contourner toutes les tentes à partir de 100€ : [à partir de 20€](#). Réversible pour tous à partir de 70€ : [à partir de 10€](#). Réversible pour tous à partir de 100€ : [à partir de 20€](#)."

At the bottom, a teal bar contains the text: "La campagne Petit Bateau © [Le Site Marketing](#)".

- » Date d'envoi : 19 août
- » Objet : "Vive les rentrées réversibles !"

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. 80 campagnes e-mail ont été collectées en août.

A propos du Site Marketing :

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



Le Site Marketing © Le Site Marketing

En savoir plus :

» www.lesitemarketing.com

» www.lesyeuxdunet.com

A lire :

Dix campagnes d'e-mailing originales pour la fête des mères

Cette année encore, la fête des mères est l'occasion pour les marchands de doper leurs ventes. Le JDN a sélectionné et analysé une dizaine de campagnes parmi les plus originales.

Conseils :

E-mailing : comment doper ses taux d'ouverture

Sans lecteurs, une campagne e-mail ne peut être efficace. Le taux d'ouverture constitue donc l'indicateur clé de la réussite d'une opération d'e-mailing. Voici 5 conseils pour s'assurer durablement de l'intérêt de ses abonnés.

E-mailing : comment éviter les désabonnements

Dans une campagne e-mail, le taux de désabonnements zéro n'existe pas, mais peut être simplement maîtrisé. Voici 5 conseils pour endiguer la désinscription des internautes.

5 clés pour optimiser la délivrabilité de ses e-mails

Certaines newsletters, même sollicitées par les internautes, peuvent être bloquées ou filtrées. Cinq règles simples pour éviter le blacklisting de ses campagnes d'e-mailing.

Dossier :

e-Mail marketing

L'e-mailing commercial séduit pour son efficacité et son coût. Mais les pièges sont nombreux et les pratiques doivent aujourd'hui tenir compte du cadre juridique de la LCEN. Prestataires, bonnes pratiques, conseils...