

Formation proposée par :



SG Autorépondeur
Votre marketing prend vie

www.sg-autorepondeur.com/blog

Pour le spécialiste...

Chapitre 5

La segmentation comportementale





Introduction

www.sg-autorepondeur.com/blog

Pour aller plus loin...



Inscrire un abonné
dans différentes listes
en fonction d'un choix
(par clic) qu'il fait dans
un email, c'est la
**segmentation
comportementale !**





3 étapes pour un exemple

Pour aller plus loin...

Nous allons supposer que vous êtes concessionnaire automobiles.

Vous souhaitez séparer la liste de vos clients en 2 listes :

- Ceux qui aiment les voitures sportives ;
- Ceux qui préfèrent les autres.





Exemple d'algorithme

Pour aller plus loin...



Email envoyé





La solution

Pour aller plus loin...



===IDListe===

Déplace l'abonné dans la nouvelle liste

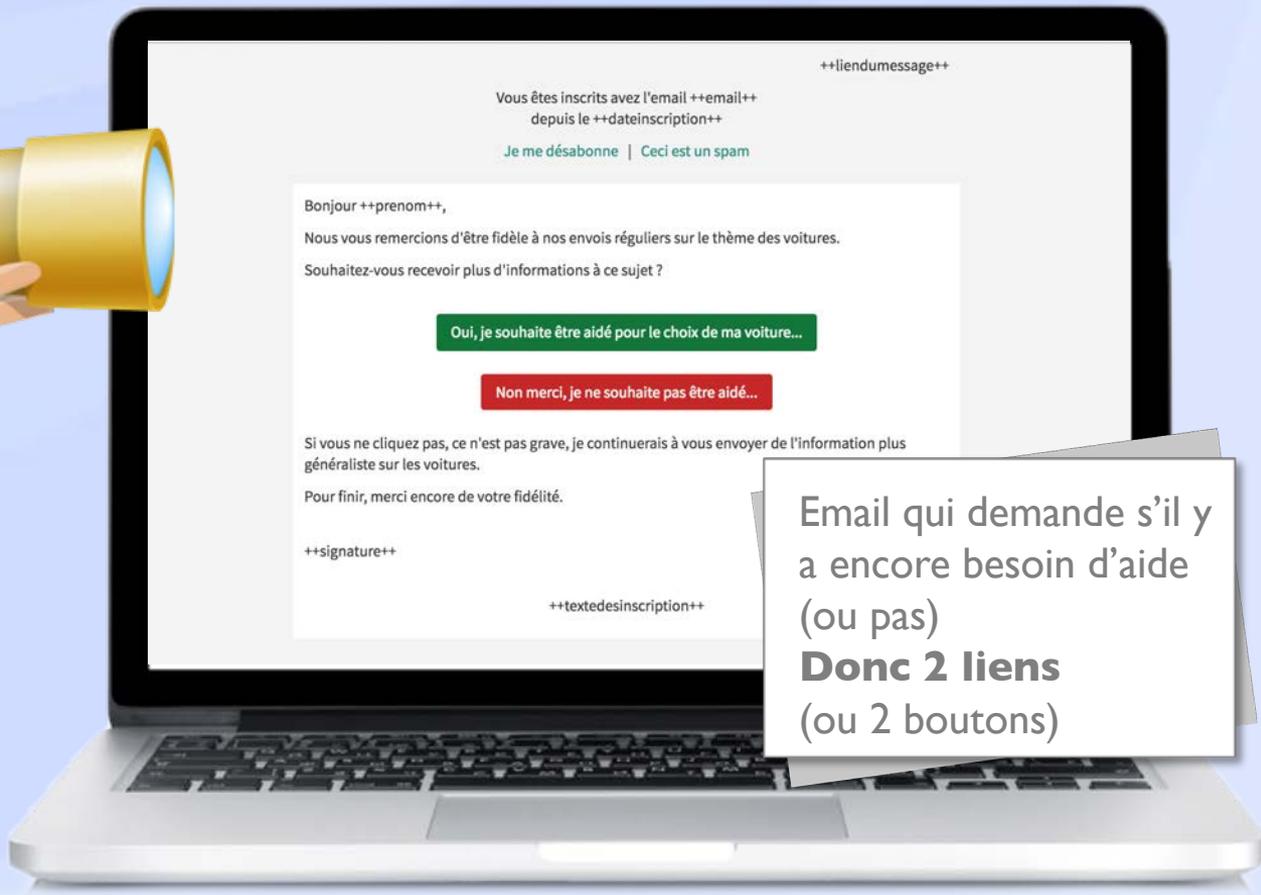
+++IDListe+++

Recopie l'abonné dans la nouvelle liste

Dans le cadre de la segmentation comportementale, les emails transactionnels (confirmation et notification pour le double optin et notification pour le simple optin), sont envoyés, sauf s'ils sont vides (sujet + message)

La solution

Pour aller plus loin...



Email qui demande s'il y a encore besoin d'aide (ou pas)
Donc 2 liens
(ou 2 boutons)

Exemple

Pour aller plus loin...

Lien

Infos sur le lien Cible Avancé

Type de lien
URL

Protocole URL
<autre> ===25016===

Annuler OK



===25016===

Grâce à ce shortcode utilisé en tant que lien (ou bouton), on **DEPLACE** l'abonné vers la liste 25016

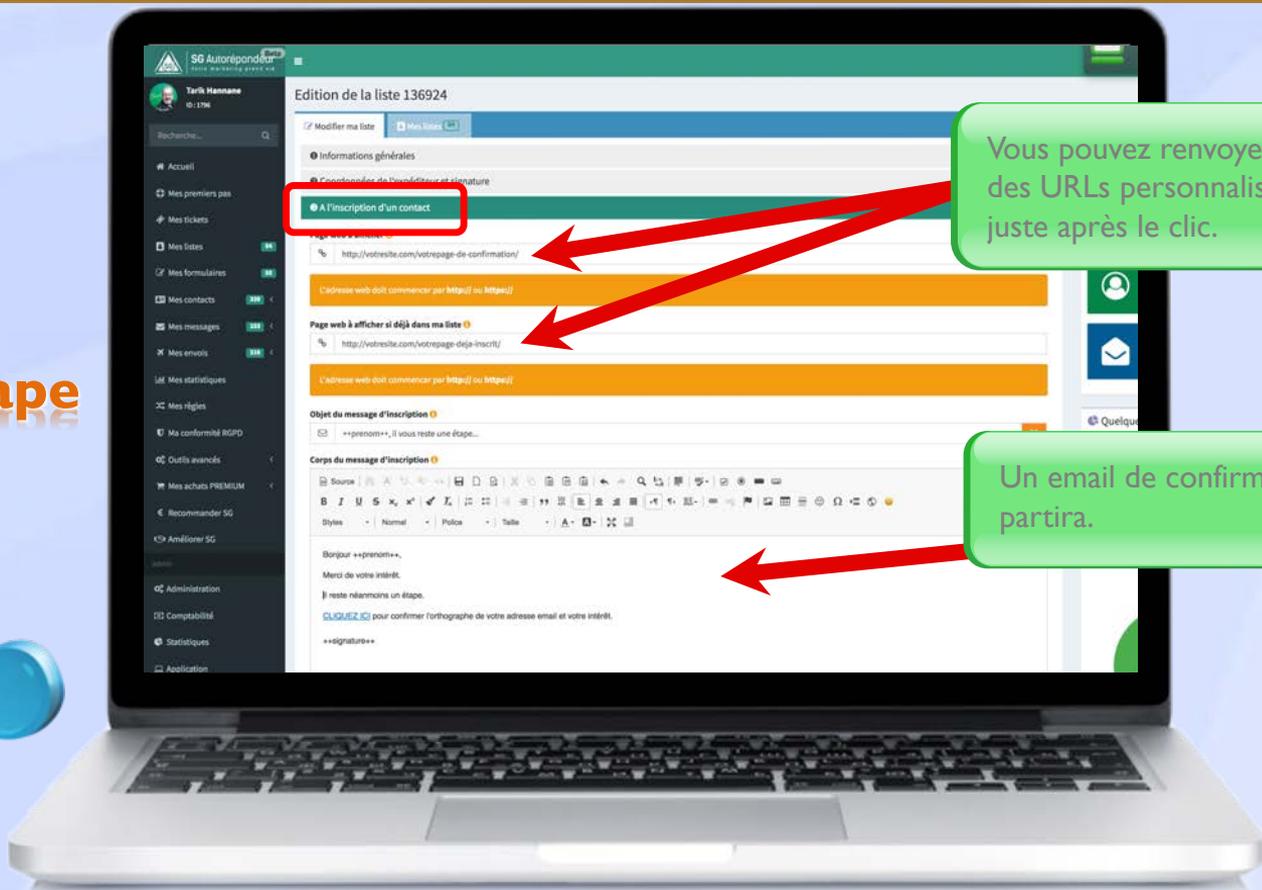


Cas d'une liste en double Optin

Pour aller plus loin...



1ère étape



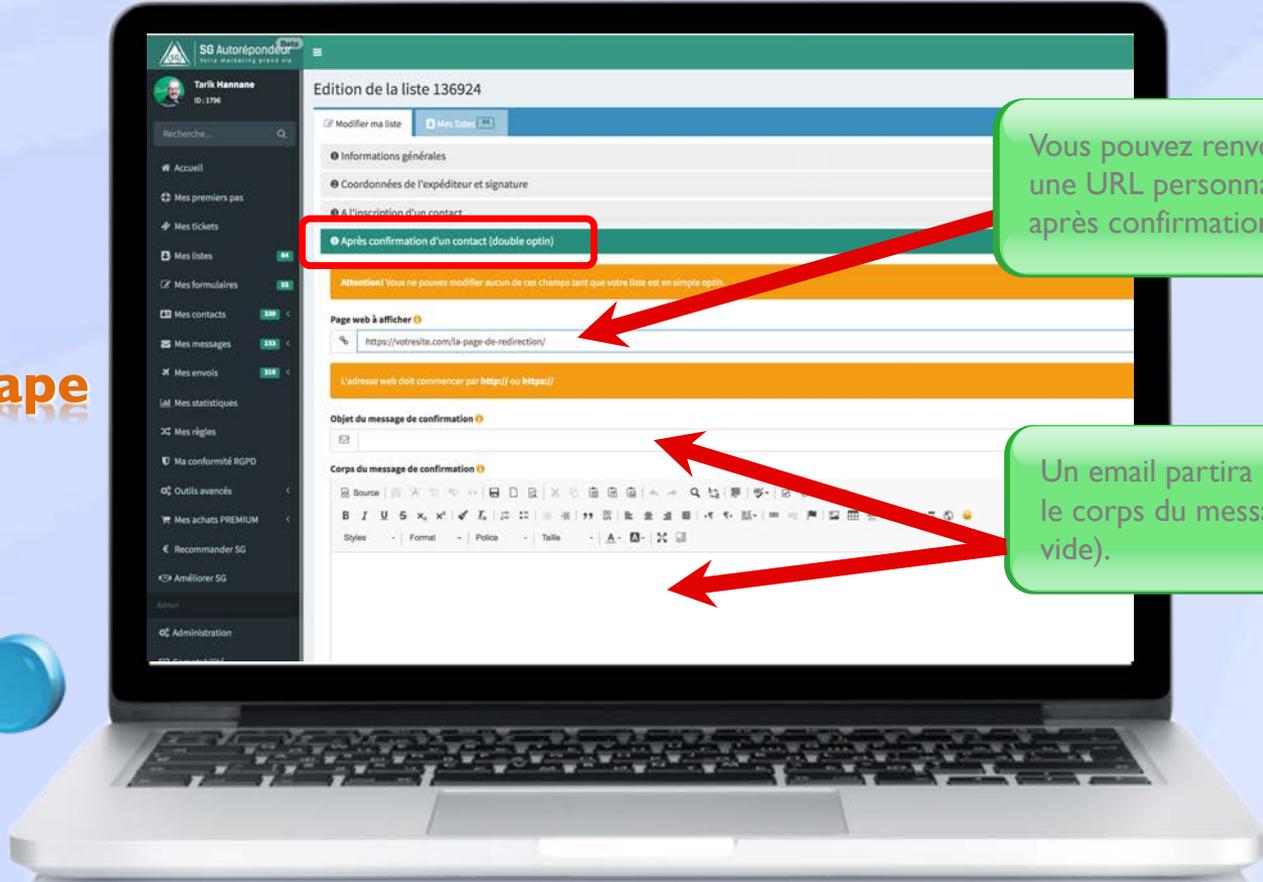
Vous pouvez renvoyer sur des URLs personnalisées juste après le clic.

Un email de confirmation partira.



Cas d'une liste en double Optin

Pour aller plus loin...

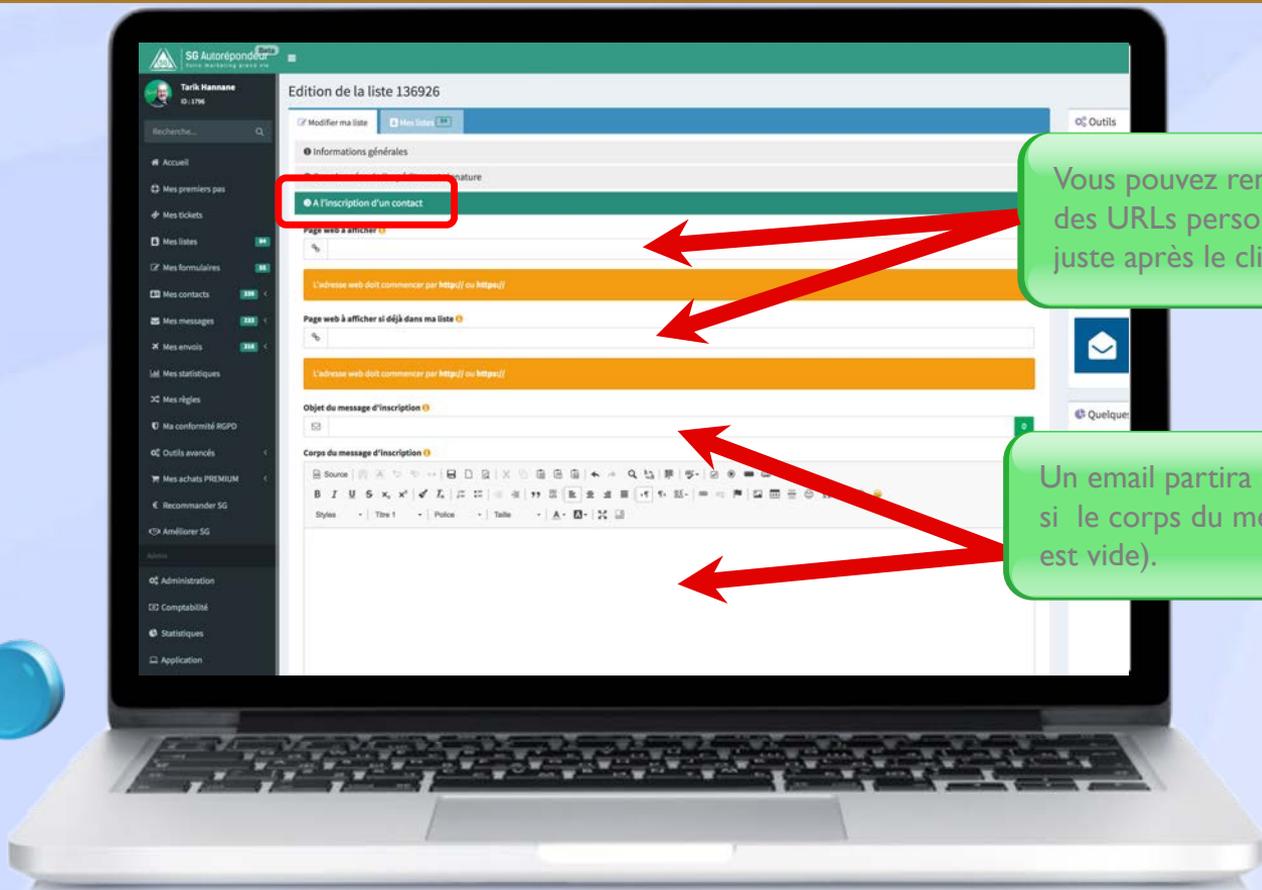


Vous pouvez renvoyer sur une URL personnalisée après confirmation.

Un email partira (sauf si le corps du message est vide).

Cas d'une liste en simple Optin

Pour aller plus loin...



Vous pouvez renvoyer sur des URLs personnalisées juste après le clic.

Un email partira (sauf si le corps du message est vide).

Exemple

Pour aller plus loin...



Lien

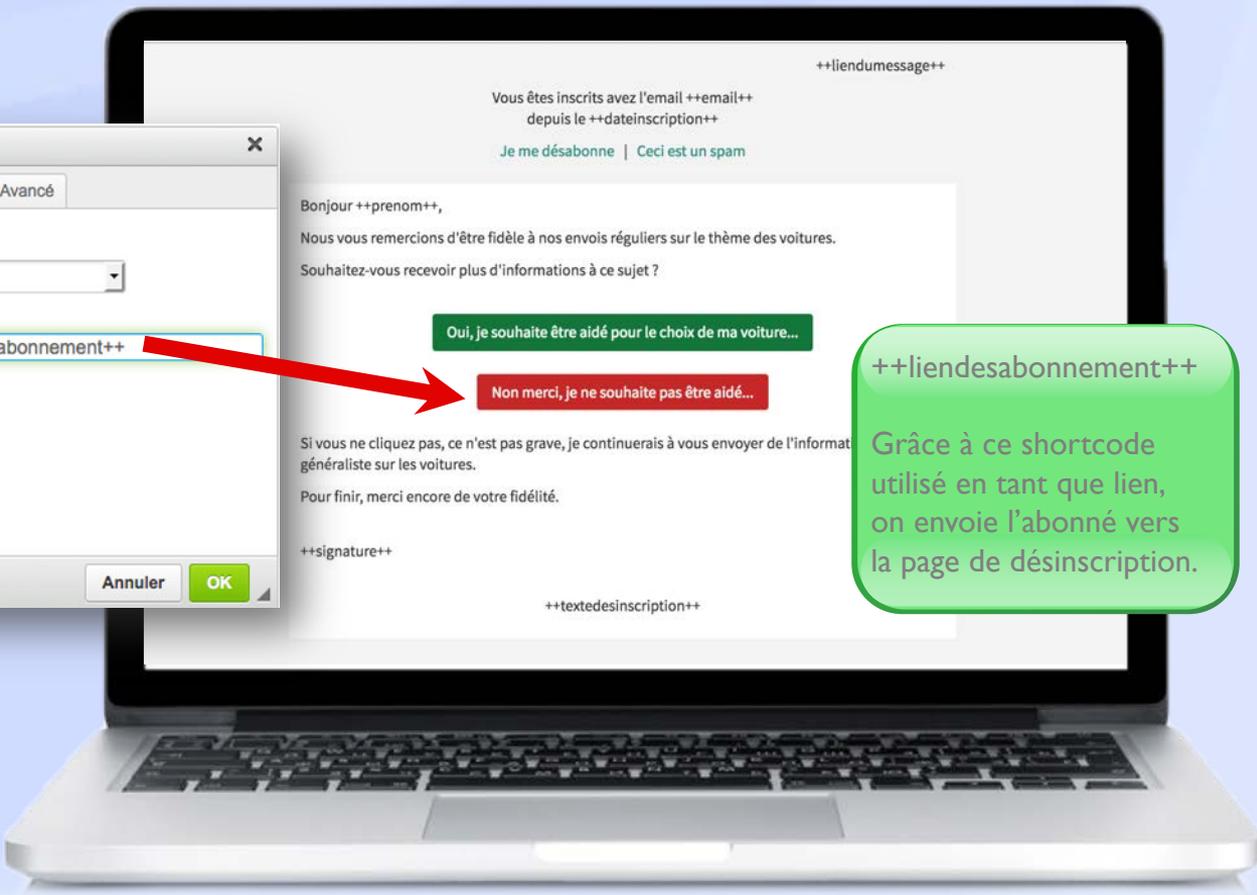
Infos sur le lien Cible Avancé

Type de lien
URL

Protocole
<autre>

URL
++liendesabonnement++

Annuler OK



++liendesabonnement++

Grâce à ce shortcode utilisé en tant que lien, on envoie l'abonné vers la page de désinscription.



4 raisons d'utiliser la segmentation comportementale

Pour aller plus loin...

1

Cette segmentation est 100% conforme RGPD

Depuis le 25 mai 2018, la loi RGPD sur la protection des données personnelles impose un consentement. Cette segmentation (ClicToLead) est bien conforme.

2

Avoir des listes plus ciblées, donc plus réactives

Il vaut mieux avoir une petite liste **ciblée** et **réactive** qu'une grosse liste de non-intéressés qui n'achèteront jamais (ou très peu).

3

Fidéliser vos clients et en faire des "fans"

Vos propositions à vos prospects correspondent exactement à ce qu'ils attendent et vos clients recevront des offres complémentaires particulièrement étudiées.

4

L'augmentation de vos taux de conversions

Par la qualité de votre liste et de vos emails et grâce à la segmentation comportementale, vous convertissez plus de prospects en clients.





www.sg-autorepondeur.com/blog

Pour aller plus loin...

Merci !



SG Autorépondeur
Votre marketing prend vie



Passez au chapitre suivant svp