

Meetic

Adobe Campaign et Meetic : Une plate-forme unique pour une gestion multi-langues et multi-marques de l'ensemble des communications vers les clients



Meetic gère au niveau mondial l'ensemble de ses communications client et prospect : de la campagne marketing aux alertes en temps réel, plus de 10 millions de messages personnalisés en 1to1 sont envoyés chaque jour

Résultats

- Gains de productivité grâce à l'automatisation de certaines campagnes
- Augmentation du taux d'ouverture et de conversion grâce aux abonnements
- Personnalisation dynamique des contenus selon les préférences exprimées par l'internaute, son pays, sa langue et le site sur lequel il est inscrit
- Une vision consolidée de la communication client

Meetic, leader européen des rencontres, gère des services de rencontre en ligne, principalement sous les marques Meetic, Meetic Affinity, Match et Twoo, et exploite dans le domaine de la rencontre deux modèles économiques fortement complémentaires, l'un basé sur l'usage de l'Internet, l'autre du Mobile.

Poursuivant depuis sa création en 2001, une stratégie claire de leadership basée sur une politique qualité forte, un marketing innovant et une parfaite maîtrise technologique, le groupe s'attache à améliorer en permanence ses services et à offrir à ses membres toujours plus de moyens efficaces pour se rencontrer.

Aujourd'hui, Meetic Group est présent dans 16 pays d'Europe (France, Espagne, Belgique, Italie, Allemagne, Grande Bretagne, Suisse, Autriche, Pays Bas, Suède, Danemark, Norvège, Portugal, Irlande, Finlande, Luxembourg), communique en 11 langues et compte plus de 10 millions de comptes utilisateurs.

Pour la gestion de son programme relationnel, Meetic avait auparavant deux plates-formes distinctes et utilisées en silo : une pour les campagnes promotionnelles et une autre pour les alertes entre utilisateurs. Difficile dans ce contexte pour l'équipe Marketing de gérer la cohérence des emails sortants, alors même que l'équipe n'avait aucune visibilité sur les campagnes reçues par chaque utilisateur. À cela, s'ajoutaient les outils d'édition de contenu qui ne permettaient pas de personnaliser autant que souhaité les e-mailings et alertes.

L'équipe a ainsi pris conscience de la nécessité de mettre en place une solution de gestion de campagnes marketing robuste pour assurer une forte volumétrie, flexible pour s'adapter à un business model complexe et évolutive afin de s'adapter aux besoins futurs du groupe.

Un marketing relationnel intégré pour une meilleure expérience client

L'objectif de Meetic était de centraliser tous les échanges de l'entreprise. « *Nous avons besoin d'avoir une vue globale et cohérente de l'expérience client qui nous faisait défaut jusque-là* » explique Muriel Lemesre, Head of CRM chez Meetic. Adobe Campaign a permis aux équipes de Meetic de s'appuyer sur une seule solution pour gérer l'ensemble de son programme relationnel. « *Grâce à ce dispositif, l'expérience client est totale* » ajoute Muriel Lemesre.

En se basant sur les possibilités de la plate-forme Adobe Campaign, Meetic a pu mettre en oeuvre des stratégies innovantes, et notamment :

- La création de parcours automatisés

Le service de rencontre en ligne offre la possibilité de s'enregistrer gratuitement. L'accès au service complet proposé par Meetic, nécessite quant à lui un abonnement payant. Afin d'augmenter le taux de conversion, un parcours d'accueil composé d'une dizaine de messages personnalisés a été créé et automatisé au sein d'Adobe Campaign. La gestion de la pression commerciale est assurée à travers l'envoi d'un message maximum par jour pendant les 10 jours suivant l'enregistrement. Ensuite, la fréquence ralentit avec un email tous les cinq ou dix jours. Après 60 jours, des promotions autres que celles rattachées aux principaux services de rencontres en ligne sont envoyées. « *Notre parcours client est parfaitement optimisé. Si le client n'a pas souscrit à notre abonnement à la fin du process d'accueil, alors d'autres offres vont lui être proposées* » précise Muriel Lemesre.

« Notre parcours client est parfaitement optimisé. Si le client n'a pas souscrit à notre abonnement à la fin du process d'accueil, alors d'autres offres vont lui être proposées. »

Muriel Lemesre, Head of CRM
chez Meetic

« Nous avons besoin d'avoir une vue globale et cohérente de l'expérience client qui nous faisait défaut jusque-là »

Muriel Lemesre, Head of CRM chez Meetic

Objectifs

- Disposer d'une infrastructure technique robuste et flexible afin de soutenir une forte volumétrie
- Obtenir une gestion centralisée des échanges
- Répondre en temps réel aux clients
- Travailler la personnalisation : multi-sites et multi-marques/ multi-pays et multi-langues

Résultats

- Donner aux équipes marketing l'agilité et l'indépendance pour contrôler, exécuter et mesurer la stratégie CRM
- Centraliser les données clients au sein d'une seule et même base de données afin d'exécuter des campagnes de trigger classique et des messages en temps réel
- Travailler la personnalisation, en fonction des cibles et des segments, de chacun des messages envoyés

Solution

Adobe Campaign

- L'envoi optimal de messages en temps réel et de campagnes hautement personnalisées

Tous les abonnés reçoivent des messages en temps réel en fonction de leur activité en ligne. Un message d'alerte est ainsi envoyé à chaque membre lorsque son profil est visité, flashé ou encore lorsqu'il reçoit un message personnel. « *Etre là au bon moment tout en veillant à ne pas être intrusif est vital dans un secteur où tout est lié à l'instantanéité* » confie Muriel Lemesre.

Des campagnes personnalisées sont aussi envoyées aux abonnés afin de leur suggérer des profils correspondant aux critères renseignés par leurs soins lors de l'inscription. Pour chaque communication, des règles de gestion évitent qu'un même membre ne reçoive plus d'une fois la même sélection de profils. Grâce à la solution Adobe Campaign, plusieurs millions de messages d'alertes et de campagnes 100% personnalisés sont ainsi envoyés chaque jour.

Une plate-forme unique pour une gestion mondiale de l'ensemble de la communication vers les clients

Meetic est un groupe mondial reposant sur de nombreux sites et de nombreuses marques.

Le moteur de personnalisation Adobe Campaign, utilisé pour 16 pays, permet une personnalisation dynamique de contenus en 11 langues pour les 100 sites de marques et partenaires.

Les équipes Meetic peuvent personnaliser à la volée les contenus selon les préférences exprimées par l'internaute, son pays, sa langue et le site partenaire sur lequel il est inscrit.



Personnalisation multi-sites et multi-marques : Adobe Campaign personnalise dynamiquement les messages pour chaque site partenaires.

« Avant, la gestion des emails était pour nous un problème. Avec Adobe Campaign, l'email est à présent un outil puissant de relation client »

Pascal Hoarau, Responsable Emailing chez Meetic



Personnalisation multi-langues et multi-pays : Adobe Campaign gère l'ensemble des combinaisons pour chaque type de messages sur les différents pays / sites

Des bénéfices mesurés

L'implémentation rapide et efficace d'Adobe Campaign a permis aux équipes marketing et techniques de Meetic de se réconcilier autour d'un projet commun qui s'est avéré être un véritable succès.

Très flexible, Adobe Campaign offre la possibilité à Meetic de gérer facilement les spécificités du groupe (multi-sites, multi-marques, multi-langues et multi-pays).

Meetic a observé une amélioration de sa connaissance clients et de ses gains de productivité grâce à l'automatisation des campagnes et des parcours client.

Depuis sa mise en place, la solution Adobe Campaign permet à Meetic de réaliser plus de 160 campagnes marketing relationnel par mois en plus des millions d'alertes envoyées en temps réel par jour. Cela représente près de 200 millions de messages personnalisés envoyés chaque mois.

De plus, Meetic a amélioré considérablement les taux d'ouverture d'emails et de conversion grâce aux abonnements avec un taux de délivrabilité supérieur à 98%. « Avant, la gestion des emails était pour nous un problème. Avec Adobe Campaign, l'email est à présent un outil puissant de relation client » précise Pascal Hoarau, Responsable Emailing chez Meetic.

Enfin, grâce à la simplicité de l'usage de l'outil, les équipes Marketing ont désormais l'agilité et l'indépendance nécessaire vis-à-vis de la direction des systèmes d'information pour contrôler, exécuter et mesurer la stratégie CRM. « La contribution directe et indirecte des campagnes emailing au CA est supérieure à 20% » conclut Muriel Lemesre.

Pour plus d'information :
www.adobe.com/marketingcloud



Neolane SA, an Adobe company
18 rue Roger Simon Barbois
94110 Arcueil
France
www.adobe.com

Adobe Campaign, formerly Neolane

© 2014 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Printed in the USA.

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.