

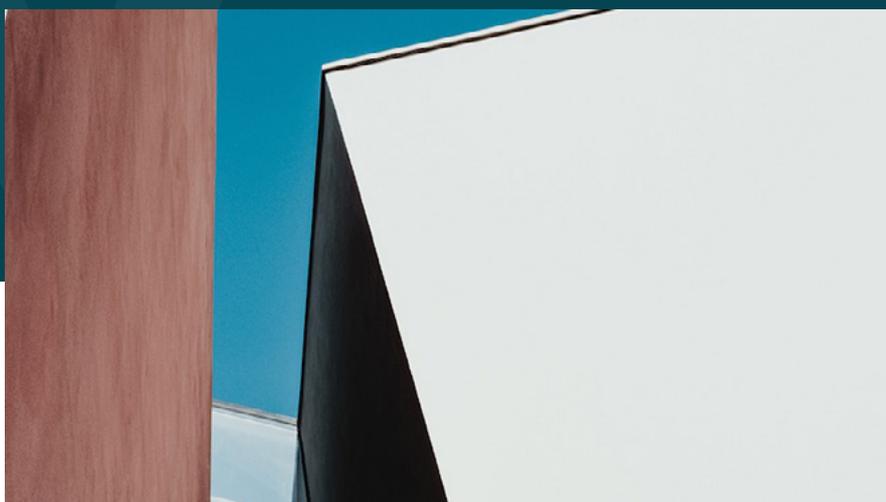


+



ÉTUDE DE CAS

## Success Story Banque Edel



### **La Banque Edel a choisi Mailjet pour améliorer la délivrabilité de ses emails transactionnels**

L'enseigne E.Leclerc a donné naissance à la Banque Edel il y a presque 30 ans. Depuis sa création, la Banque Edel s'est fixé pour objectif d'enrichir et de faire évoluer en permanence son offre de services auprès des centres E.Leclerc : placements de trésorerie, financements, gestion des paiements des fournisseurs... La Banque Edel a également développé une gamme de produits destinée aux particuliers incluant notamment la carte cadeau E.Leclerc. Ce produit phare est envoyé de manière dématérialisée aux consommateurs, principalement dans le cadre de jeux concours. Cette carte cadeau permet de bénéficier d'un certain montant à dépenser directement au sein des centres E.Leclerc.



**50K**

emails par jour

**99 %**

de délivrabilité

## **Le problème**

Au départ, la carte cadeau E.Leclerc était uniquement un produit physique. Mais il y a quelques années, la Banque Edel a lancé une version dématérialisée de cette carte cadeau. E.Leclerc organise de grands jeux concours ponctuels (notamment mis en avant via des spots TV et radio sur le marché national) et la Banque Edel envoie ensuite par email la carte cadeau aux gagnants. Ces campagnes transactionnelles génèrent donc des volumes d'envois très importants, jusqu'à 50 000 emails/jour. A l'époque, les équipes informatiques de la Banque Edel rencontraient d'importants problèmes de délivrabilité avec ces envois transactionnels. En effet, les emails contenant la carte cadeau n'atteignaient pas la boîte de réception des consommateurs mais atterriquaient dans leur dossier "courriers indésirables" ou "spams", ce qui générait des mécontentements de la part des clients. La raison de cette mauvaise délivrabilité était très simple : le comportement d'envoi de la Banque Edel (envois très importants sur une courte période) était analysé par les clients de messagerie (Gmail, Outlook...) comme celui d'un spammeur. Pourtant, leurs envois étaient tout à fait légitimes et même attendus par les consommateurs.

*Les équipes informatiques devaient trouver une solution afin de surmonter ce problème de délivrabilité.*

Côté marketing, la Banque Edel a aussi des besoins en termes d'emailing afin d'envoyer des actualités aux centres E.Leclerc telles que des évolutions réglementaires ou l'arrivée de nouveaux produits en magasins. La carte cadeau dématérialisée est également mise en avant auprès des particuliers dans le cadre de moments marketing tels que Noël, la Fête des Mères... Les consommateurs peuvent ainsi décider d'offrir la carte cadeau E.Leclerc à un proche par exemple. Pour différentes raisons (prix, confor-



mité à la nouvelle réglementation sur la protection des données...) les équipes marketing étaient à la recherche d'une nouvelle solution emailing leur permettant de réaliser ces envois.



## La solution

La Banque Edel avait donc un double besoin pour leur stratégie emailing. D'une part, les équipes marketing recherchaient une solution permettant de construire et de suivre facilement leurs emails marketing. D'autre part, les équipes informatiques devaient trouver un moyen de résoudre les problèmes de délivrabilité de leurs emails transactionnels. C'est d'abord les équipes marketing qui ont découvert la solution offerte par Mailjet. Cette dernière respectait leurs exigences en termes de facilité d'utilisation mais également en termes de prix et de conformité au RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données). Grâce à la solution offerte par Mailjet, les équipes peuvent construire très rapidement et facilement des emails 100 % responsives, sans qu'aucune compétence technique ne soit requise. Cela permet aux collaborateurs de gagner du temps afin de se concentrer sur les envois à venir. De plus, la plateforme permet d'accéder très facilement aux statistiques et de suivre les performances de chaque campagne, ce qui représente un point essentiel. De leur côté, les équipes informatiques ont fait un état des lieux complet des solutions emailing présentes sur le marché. Après une comparaison approfondie, il s'est avéré que Mailjet - la solution déjà utilisée par les équipes marketing - répondait le mieux à leurs besoins. Le plus gros atout que présentait Mailjet par rapport aux autres concurrents présents sur le marché, était la facilité de mettre en place l'envoi des emails transactionnels via API. Grâce à l'API de Mailjet, les équipes peuvent récupérer l'ensemble des statistiques d'envoi directement au sein de leur propre Système d'Information. Un autre critère indispensable était le



fait que Mailjet soit en mesure d'apporter des services et une expertise permettant de répondre à leur problème de délivrabilité. Malgré le fait que les importants pics d'envois de la Banque Edel puissent être mal interprétés par les clients de messagerie, Mailjet a été en mesure d'accompagner les équipes pour assurer la bonne délivrabilité des emails envoyés, notamment via la mise en place d'un plan de préchauffe d'IP. Depuis, la Banque Edel n'a plus rencontré aucun souci de délivrabilité et peut facilement suivre ses envois grâce aux statistiques offertes par Mailjet.

*Autre point important pour les deux équipes, une formation de deux jours a pu être dispensée par un expert Mailjet auprès de l'ensemble des équipes et directement au sein des locaux de la Banque Edel.*

Après une première journée de formation généraliste autour de l'emailing et des bonnes pratiques, la deuxième journée se concentrait sur des sujets plus opérationnels tels que la gestion de l'interface et l'utilisation de l'éditeur d'emails. Cette formation a été essentielle afin que les équipes aient un aperçu complet des fonctionnalités offertes par l'outil et puissent avoir des réponses à toutes leurs questions. Malgré le profil varié des participants, le formateur a parfaitement su adapter son discours en fonction du niveau de chacune des personnes présentes. Le fait que la formation soit en présentiel a également beaucoup aidé à la fluidité des échanges.





« La formation dispensée par Mailjet a été vraiment essentielle pour l'ensemble des équipes. D'un point de vue technique, elle a permis de confirmer que toutes les bonnes pratiques avaient bien été mises en place. Côté marketing, cela nous a permis d'avoir un aperçu complet de l'outil et de bénéficier d'une démonstration pour chacune des fonctionnalités. Toutes les personnes concernées ont pu se rendre compte à quel point la solution est intuitive et extrêmement simple à utiliser. Le fait d'avoir une journée dédiée à l'emailing de manière générale puis d'avoir une journée plus opérationnelle a rendu cette formation à la fois intéressante et utile. Et aujourd'hui, en termes d'accompagnement, c'est rassurant de savoir que l'on peut compter au quotidien sur un interlocuteur privilégié qui va pouvoir nous donner rapidement des réponses claires et adaptées au contexte bancaire de notre activité. »

Bertrand Colomina, Chargé de Marketing Digital à Banque Ediel

Plus de 40 000 entreprises développent des applications et des stratégies emailing réussies avec Mailjet.

CAMAÏEU

 Air Liquide



elior 

 Microsoft

 Kiss Kiss  
Bank Bank  
Creativity Factory



Partout dans le monde, plus de 40 000 entreprises utilisent Mailjet by **Sinch** pour nouer des relations toujours plus solides avec leurs clients et abonnés, et développent leurs activités grâce à l'email marketing. Des marques comme Microsoft, Air Liquide et My Little Paris font confiance à Mailjet pour envoyer des milliards d'emails chaque année. Mailjet associe un outil de conception d'emails intuitif en « drag-and-drop » à des fonctionnalités de délivrabilité faciles à prendre en main, pour aider les entreprises à créer et envoyer de beaux emails sans avoir à écrire une seule ligne de code.

Pour plus d'informations, visitez [mailjet.com/fr](https://mailjet.com/fr).