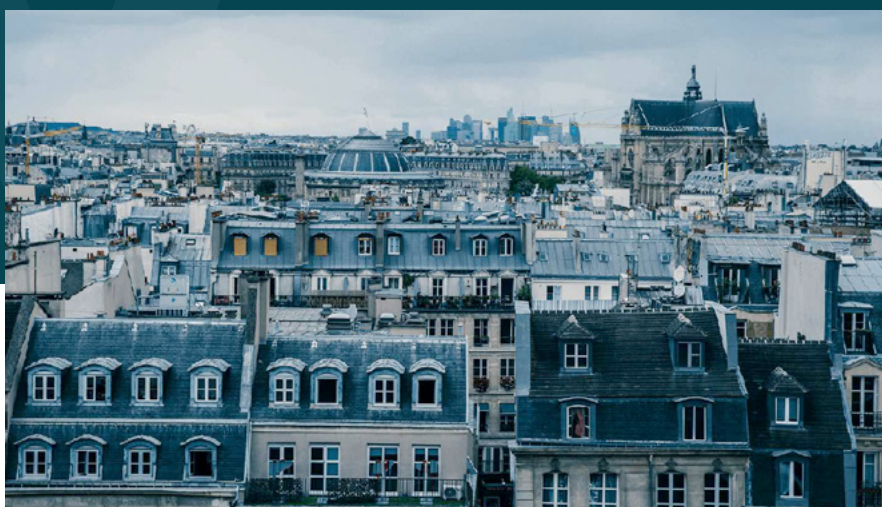




ÉTUDE DE CAS

Success Story My Little Paris



My Little Paris, la souplesse du self-service et la transparence d'un suivi personnalisé

Ce qui n'était qu'une newsletter confidentielle entre amis est devenu une société à part entière comptant plus de 120 salariés, elle-même intégrée à Au Féminin, éditeur de pure-players français dont la réputation n'est plus à faire. Fil rouge de cette croissance et de ces activités très variées, l'email reste au cœur du groupe My Little, puisque 12 millions d'emails sont envoyés en moyenne chaque mois. Depuis l'été 2016, My Little utilise Mailjet pour réaliser l'intégralité de ses envois marketing et transactionnels.

3M

d'abonnés

12M

d'emails envoyés chaque mois



Délivrabilité, transparence et suivi : trois raisons pour changer de prestataire

Le choix de Mailjet par l'équipe technique de My Little répond à trois enjeux majeurs : conserver des taux de délivrabilité, d'ouverture et de clics constants, bénéficier d'un accompagnement et d'un suivi personnalisé et permettre une intégration fluide de Mailjet aux back-offices et à l'infrastructure de My Little. La transition de l'ancien prestataire vers Mailjet se devait d'être invisible pour les destinataires finaux, qui doivent pouvoir continuer à recevoir avec la même régularité les informations des différentes entités du groupe. Aujourd'hui, le taux d'ouverture moyen des emails envoyés par My Little depuis Mailjet tourne en moyenne entre 25 et 30%, ce qui correspond aux attentes du groupe. Mais cette transition devait également être invisible pour les personnes chargées d'envoyer ces emails. En effet, avec le temps, My Little a développé sa propre interface de création d'emails maison, sur laquelle l'équipe marketing a ses repères. Il était hors de question pour les équipes techniques que le choix du nouveau service d'emailing implique un changement de process de travail et une phase de formation des équipes marketing.

L'intégration de l'API de Mailjet aux interfaces de My Little Paris

L'intégration de Mailjet à l'interface d'administration de My Little s'est donc faite via l'API de Mailjet. Du fait de sa souplesse et de son caractère ouvert, les équipes techniques de My Little ont pu très simplement effectuer la connexion entre les différents back-offices des sites du groupe à l'API Mailjet.

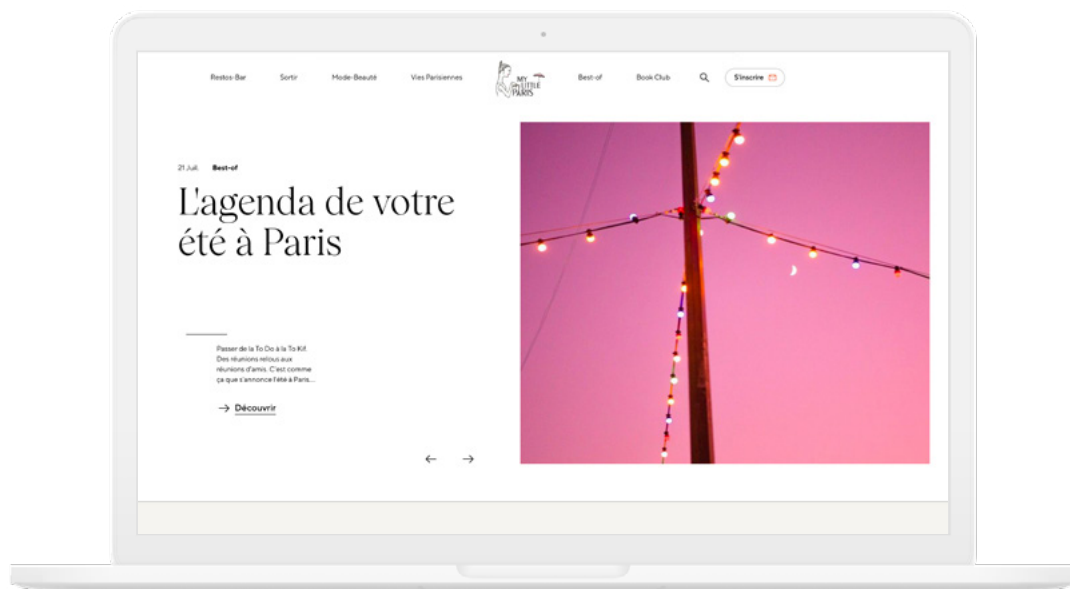
Grâce à la documentation détaillée de l'API de Mailjet, l'intégration a pu se dérouler sans problème du côté de My Little, avec peu voire pas d'intervention de Mailjet.

Au final, toutes les opérations standards d'envoi d'emails effectuées par les équipes de My Little se font de façon transparente depuis les interfaces et les back-offices du groupe, qu'il s'agisse de la mise à jour des listes de contacts, de la création des emails ou du suivi des envois. Les équipes techniques interviennent très rarement sur l'API, une à deux fois par semaine dans les situations vraiment exceptionnelles.



Un accompagnement personnalisé et réactif

Le dernier argument en faveur de Mailjet dans le choix de My Little a été l'accompagnement et la disponibilité d'experts pour assurer le suivi du compte de l'entreprise. Après une expérience négative avec le fournisseur précédent, ce point a été déterminant. My Little bénéficie aujourd'hui d'un chargé de compte dédié, interlocuteur unique avec les équipes de Mailjet. Outre des réponses rapides aux questions que My Little peut avoir à propos de l'envoi d'emails et des fonctionnements de Mailjet, le groupe peut également compter sur la proactivité de ce suivi personnalisé. Le chargé de compte communique proactivement avec les équipes techniques sur les éventuels problèmes de délivrabilité que certaines adresses du groupe peuvent rencontrer sur certains webmails ou FAI. Enfin, si les soucis rencontrés sont plus importants et demandent un temps d'intervention plus long que d'habitude, des pistes d'amélioration claires sont indiquées, pour que My Little puisse prendre les mesures nécessaires en amont, afin d'éviter tout blocage.





« Ce que nous sommes venus chercher chez Mailjet et que nous avons jusqu'ici c'est avant tout du service et de la transparence. Une bonne relation se construit sur des bases saines. Comme l'API est complète et nous permet de répondre à tous nos impératifs techniques, l'intégration fonctionne bien et est accessible de manière transparente. My Little Paris a besoin de cette agilité pour réagir rapidement, sans avoir à devoir systématiquement passer par notre chargé de compte ou un agent de support. La solution de Mailjet répond à tout ce que nous cherchons : l'autonomie d'un self-service puisque nous avons complètement la main sur l'intégration, et la transparence du suivi effectué par le chargé de compte. »

Benoît Del Basso, CTO chez My Little Paris

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.