Feedback Management

Comment Hachette qualifie ses contacts et personnalise ses campagnes marketing grâce à Skeepers ?

CAS CLIENT – HACHETTE

hachette LIVRE

Skeepers

Le Client

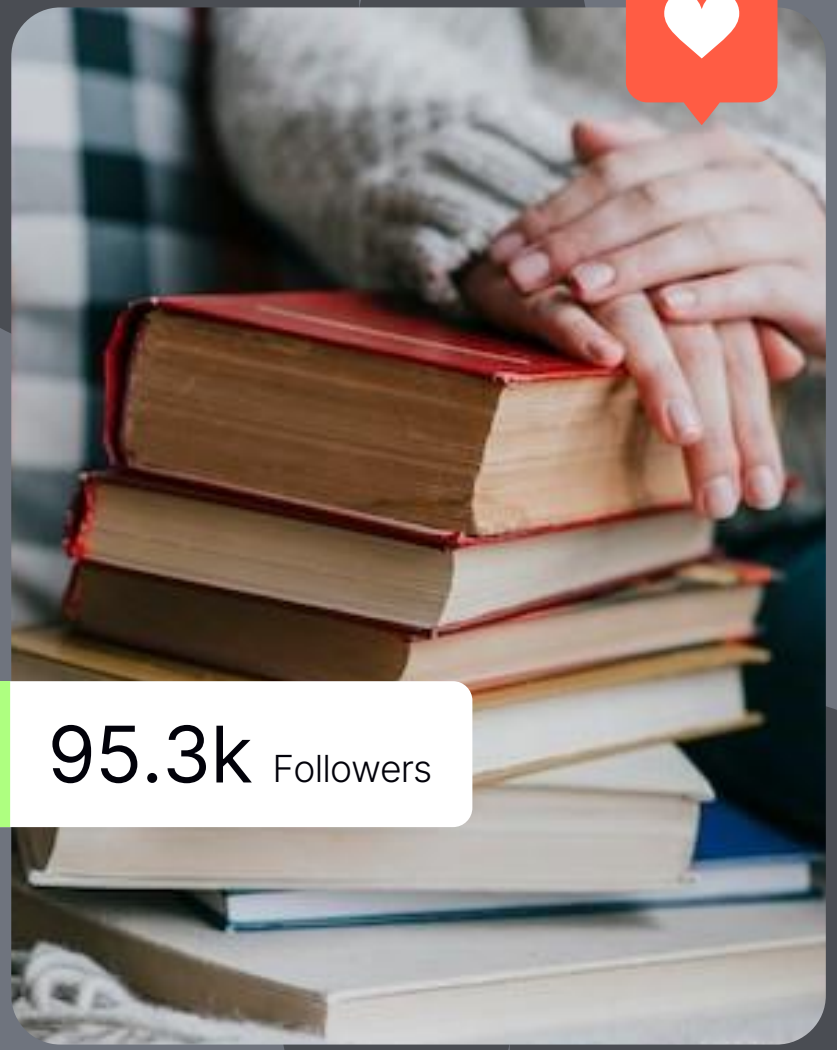
Hachette Livre, troisième éditeur de livres au monde, possède une **centaine de maisons d'édition et publie environ 16 000 titres par an dans plus de 12 langues.**

Hachette Livre traite de multiples segments au sein des livres de commerce : fiction, non-fiction, romans de poche, jeunes adultes, livres pour enfants, guides de voyage et livres éducatifs et de programmes scolaires. Grâce aux lecteurs, cette plateforme est devenue un véritable salon avec plus de 30 000 membres.

Avec une communauté aussi riche, Hachette se devait d'être au plus près de son public pour continuer à le captiver.

L'équipe CRM s'est donc tournée vers Skeepers pour augmenter l'opt-in, enrichir sa base de contacts CRM et, surtout, la qualifier !

Hachette a réussi à tenir la fameuse promesse du marketing client. Prêts à découvrir comment ?



95.3k Followers

SECTEUR D'ACTIVITÉ
Retail

SITE WEB
www.hachette.com

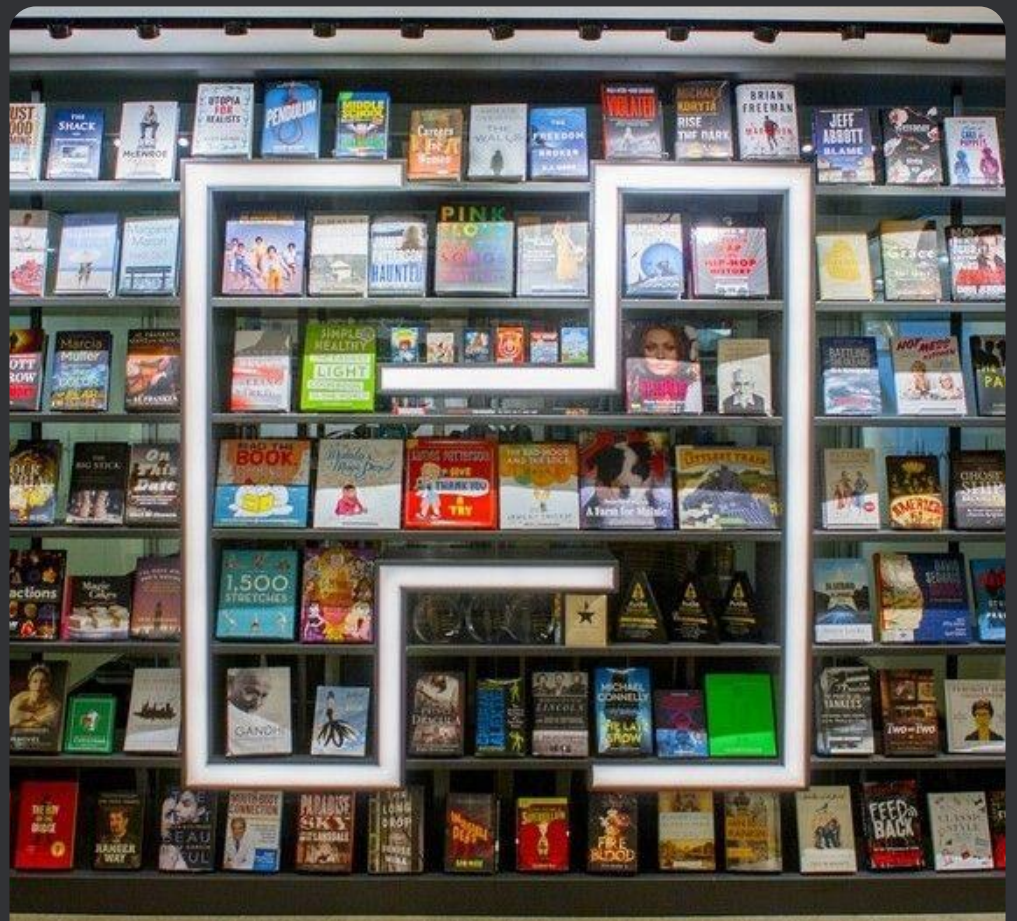
CLIENT SKEEPERS DEPUIS
2021

PRODUITS SKEEPERS
Feedback Management

Une solution marketing comme **Adobe Campaign** permet de faire beaucoup de choses...à condition qu'elle soit alimentée en données clients. **La donnée est le moteur du marketing client.** L'un des enjeux pour toutes les entreprises est d'enrichir les données du CRM – Marketing Automation.

Autrement dit : la Connaissance Client.

Challenges



Enrichir et qualifier sa base de contact Adobe Campaign grâce à la connaissance client

Il a fallu pour Hachette imaginer une manière d'enrichir les données sur les contacts, pour ainsi donner au nouvel outil (Adobe Campaign) le carburant dont il avait besoin pour créer des campagnes pertinentes et performantes. Pour qualifier les contacts, le groupe d'édition **a choisi la solution Skeepers.**

- Créer des segments et des audiences fines
- Intégrer automatiquement les données d'enrichissement collectées depuis Skeepers dans le CRM Adobe Campaign
- Cibler les individus visitant les sites du groupe Hachette

Challenges

Concevoir des campagnes ciblées sur chaque segment client

Hachette parvient à atteindre un niveau de personnalisation avancé **au moyen de 3 questions de qualification...** C'est une très belle prouesse.

- Optimiser les performances et la pertinence des campagnes emailing
- Personnaliser les campagnes de newsletter

Solution

Intégration Skeepers & Adobe Campaign

Pour tirer le maximum de Skeepers, Hachette a lancé ses questionnaires après avoir connecté son CRM Adobe Campaign. L'intégration de Skeepers et du CRM Adobe Campaign a été facilitée par le **connecteur natif proposé par Skeepers.** Ce connecteur permet d'intégrer automatiquement les données d'enrichissement collectées depuis Skeepers dans le CRM Adobe Campaign.

Le groupe Hachette évolue dans un modèle B2B2C**. Les clients du groupe sont essentiellement les librairies et autres professionnels de la distribution de livres**, qui revendent ensuite les livres aux clients finaux. Dans ce modèle, il est difficile de connaître les clients finaux, c'est-à-dire les lecteurs. C'est un défi complexe.

Pour traiter ce défi, Hachette a imaginé de cibler les individus visitant les sites du groupe et de collecter des informations sur eux au moyen de questionnaires Skeepers afin de lancer des campagnes marketing grâce à Adobe Campaign.

CAS CLIENT – HACHETTE

Solution

Personnalisation des campagnes

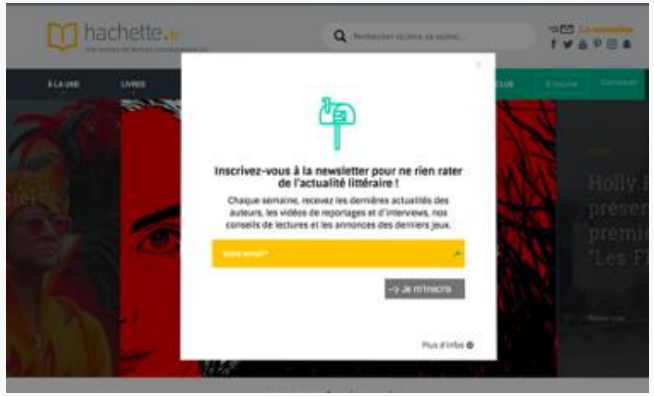
Hachette parvient à atteindre un niveau de **personnalisation avancé au moyen de 3 questions de qualification...**

Les questionnaires déployés sur les sites du groupe permettent d'enrichir les profils clients avec des informations intéressantes en vue de la finalité de la démarche : **la personnalisation des campagnes.**

Les informations collectées sont essentiellement des **informations relatives aux préférences des lecteurs** : préférences en matière de lecture, formats préférés de lecture...

Les questionnaires ont commencé par être diffusés sur le site portail Hachette, avant d'être déclinés sur les différents sites du groupe.

Solution

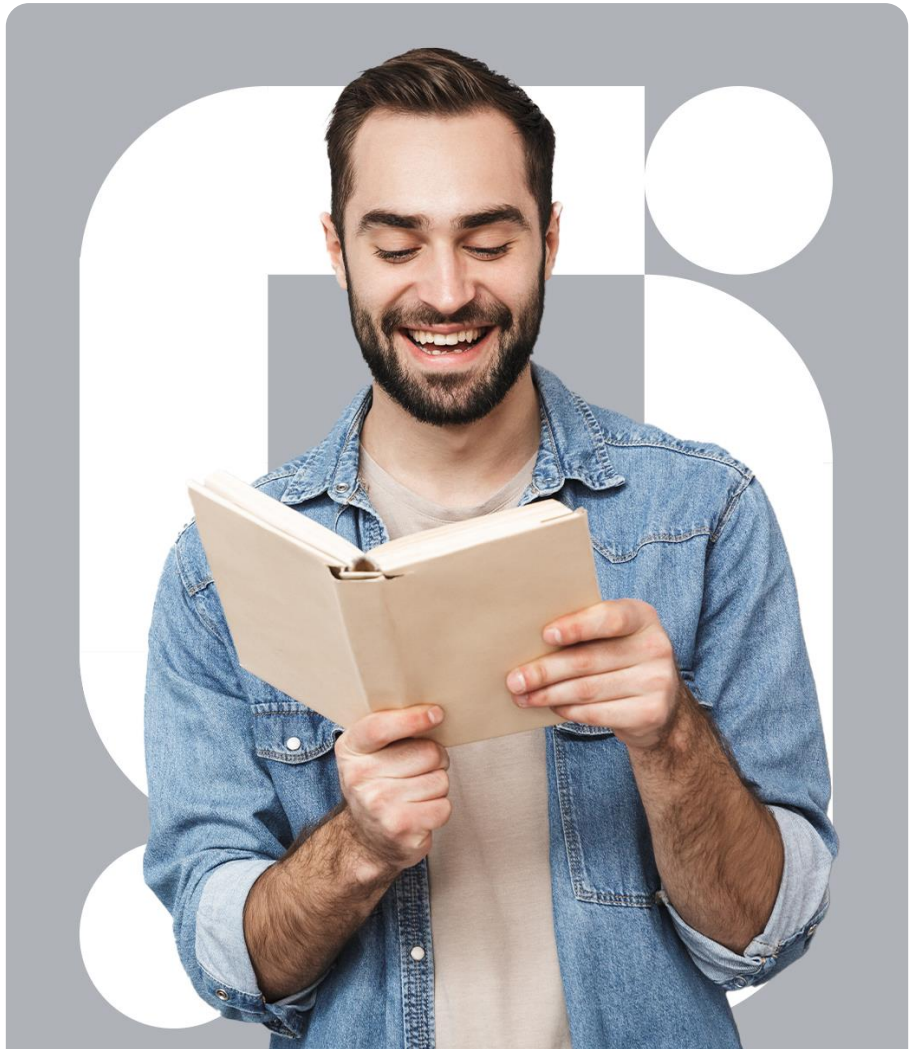


Diffusion des questionnaires

Hachette utilise les popins pour déployer ses questionnaires. Plusieurs critères liés au comportement de l'internaute sur le site sont utilisés pour paramétrer le moment du déclenchement : temps passé, nombre de pages vues, mouvements de souris...

Ces quelques informations de préférence sont intégrées dans Skeepers. Les dashboards de la solution permettent de mesurer la performance des questionnaires (taux de participation par exemple), mais les données sont aussi et surtout redistribuées à Adobe Campaign afin d'être immédiatement exploitables dans les workflows de campagnes marketing.

Les prochaines étapes



Les deux prochaines étapes

pour continuer d’imaginer et déployer un dispositif efficace et performant sont les suivantes :

2 étapes

pour améliorer en continu l’expérience client

- **Déployer des questionnaires diffusés en mode conversationnel via le module ChatSurvey.**
- **Aller plus loins dans la mesure de la satisfaction et de l’expérience client.**

CAS CLIENT – HACHETTE

Résultats

+300 000

Profils enrichis

Plus de 300 000 contacts ont été enrichis dans le CRM Adobe Campaign grâce aux questionnaires depuis 2016.

>10pts

Taux d’ouverture

Un taux d’ouverture supérieur de près de 10 points par rapport aux autres leads/contacts opt-ins collectés.

>15pts

Taux de clics

Un taux de clics supérieur de 15 points sur les titres recommandés suite aux intérêts remontés depuis les différents questionnaires.

ℹ La personnalisation des contenus permet ainsi d’augmenter significativement l’engagement des destinataires des campagnes.

THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

Book a Demo