

Grâce au service courrier en ligne FlyDoc, les succursales Citroën Paris Rive Gauche gèrent leurs campagnes de marketing direct en quelques clics.



Citroën Paris Rive Gauche regroupe trois succursales parisiennes, dépendant directement du siège Citroën :

- Rue de Vaugirard,
- Boulevard Lefebvre
- Issy-les-Moulineaux.

Elles emploient 80 personnes.

INDUSTRIE AUTOMOBILE

Les trois succursales parisiennes de Citroën Paris Rive Gauche mènent régulièrement des campagnes de marketing direct par courrier auprès de leur base clients et prospects de plus de 13 000 contacts. Afin de gagner en productivité et de limiter les coûts, le service marketing en charge de ces 3 succursales a choisi le service courrier en ligne FlyDoc pour externaliser l'envoi de courriers en nombre et le suivi des campagnes.

Le contexte

Les 3 succursales Citroën Paris Rive Gauche (rue de Vaugirard, boulevard Lefebvre et Issy-les-Moulineaux) réalisent tous les mois des mailings courriers via leur base client ou dans le cadre de conquête de nouveaux client.

Des actions essentielles dans le secteur très concurrentiel de l'automobile qui permettent d'établir une relation personnalisée avec leurs clients actuels et prospects.

Or une partie de l'envoi de ces mailings courrier mobilisait une personne et représentait une tâche fastidieuse à gérer en interne, génératrice de coûts et de perte de temps.

Le besoin

Le papier : un support incontournable

Citroën Paris Rive Gauche souhaitait conserver ce support pour l'envoi de ses campagnes. En effet, le papier reste le meilleur outil en terme de marketing direct pour ces succursales et leur permet de :

- véhiculer l'image de marque de la société et de ses produits
- rassurer le client, notamment dans le cadre d'un acte aussi important que l'achat d'une voiture,
- mesurer l'impact des campagnes, en identifiant les visiteurs venus avec leur courrier dans les concessions.

Ciblage des campagnes

Afin de conserver une base de données actualisée, Citroën Paris Rive Gauche souhaitait également une solution qui lui assure une traçabilité des envois et une mise à jour des fichiers de contacts.

Une solution flexible et évolutive

Les besoins d'envoi de campagnes varient chaque mois (aucune campagne n'est réalisée certains mois et plusieurs dizaines de milliers de courriers sont envoyés d'autres mois), les succursales Citroën cherchaient une solution évolutive, rapide et s'adaptant à leur consommation en temps réel.

« FlyDoc répondait parfaitement à nos besoins de prise en charge des tâches fastidieuses liées à l'envoi de nos campagnes de marketing direct. L'offre était également très compétitive en terme de coûts par rapport à celle de ses concurrents, un argument qui a pesé dans la décision. Aujourd'hui, la facilité d'utilisation et le très bon relationnel établi avec notre commerciale FlyDoc nous confortent dans notre choix. »

Marc Mahe ■ Ex-Chargé de Marketing des succursales Citroën Paris Rive Gauche

La solution

Pour répondre à toutes ces problématiques, les 3 suc-cursales ont choisi d'automatiser et d'externaliser l'envoi de leurs documents marketing : invitation aux portes ouvertes des succursales, lancement d'un nouveau modèle, offre de reprise...

FlyDoc, solution de publipostage en ligne d'Esker, a rapi-dement convaincu Marc Mahé, Chargé du Marketing au sein de Citroën Paris Rive Gauche.

Plus de 48 800 pages couleur

Depuis janvier 2007, les 3 succursales Citroën ont utilisé FlyDoc pour l'envoi de l'ensemble de leurs campagnes de marketing direct, soit plus de 50 000 pages en couleur.

L'envoi de documents PDF

Créés et mis en page à partir d'un logiciel graphique, les documents marketing, au format PDF, sont envoyés depuis l'interface FlyDoc et transmis sous ce format à l'usine courrier d'Esker, où ils sont imprimés, mis sous pli, affranchis et remis en poste.

Simplicité d'utilisation et d'adaptation

Grâce à l'interface web et à l'imprimante virtuelle de FlyDoc, quelques clics suffisent pour préparer et envoyer des documents personnalisés.

Suivi commercial personnalisé

FlyDoc met à la disposition des utilisateurs un contact commercial unique. Un référent présent pour accompagner la prise en main du service puis au quotidien pour répondre aux questions pratiques et faire évoluer le service selon les besoins.

Les bénéfices

Des gains de temps et de productivité

Grâce à l'externalisation des envois de courriers, le ser-vice marketing n'a plus besoin de mobiliser une personne pour préparer l'envoi des campagnes marketing. Un poste désormais consacré à des tâches à plus forte valeur ajoutée.

De plus, plus aucun matériel spécifique n'est nécessaire : imprimante, enveloppes, étiquettes, machine à affranchir, etc. Une simple connexion internet suffit pour envoyer 10, 100, 1 000 ou 10 000 courriers.

Cette solution permet également une grande réactivité dans l'envoi des campagnes : les documents soumis avant 12h sont traités le jour même par l'usine courrier Esker.

Des tarifs avantageux

Un comparatif des offres existantes a rapidement permis de mesurer les différences de coût : les tarifs FlyDoc offrent par exemple 6 centimes d'euros d'économie à la page par rapport à son principal concurrent.

Une gestion des courriers non distribués

La base de données peut être régulièrement actualisée grâce à la gestion des courriers non distribués proposée par FlyDoc. En effet, l'émetteur peut suivre grâce à une notification par e-mail ou via l'interface utilisateur les courriers non remis au destinataire. Cela lui permet ensuite de mettre à jour les informations dans sa base de données et d'assurer ainsi une plus grande efficacité aux futures campagnes.

« Après près d'un an d'utilisation, nous sommes très satisfaits de FlyDoc. Les économies financières sont notables et c'est surtout en terme de temps gagné que l'on ressent l'efficacité de cet outil, il est de plus facilement accessible à tous nos services (VN - VO - APV - PR). »

Eric Giordan ■ Responsable Informatique ■ Novacap