



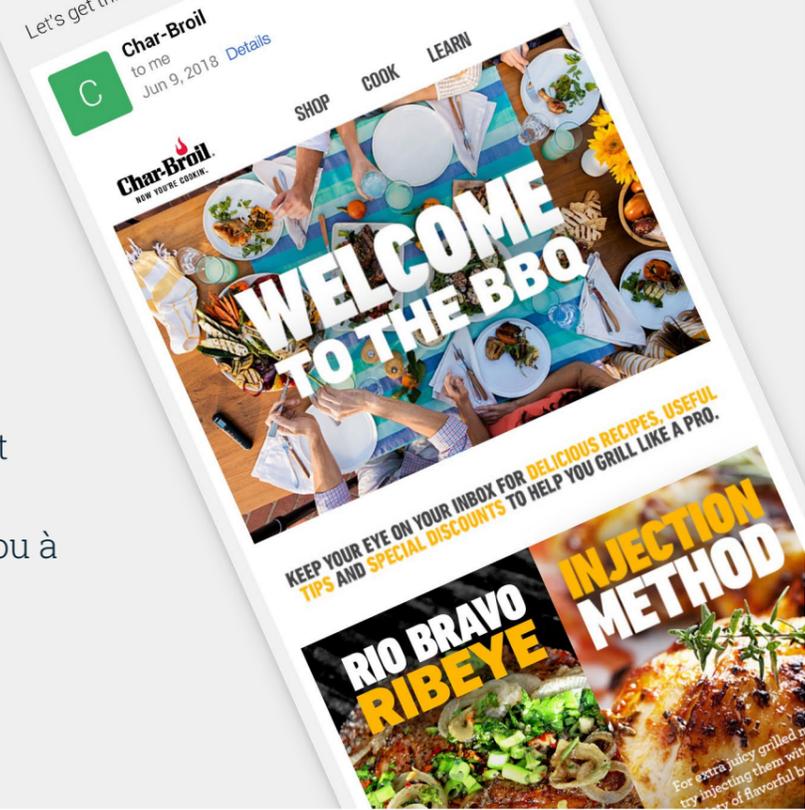
Comment l'implémentation prouve que vous avez choisi les bons partenaires

Char-Broil + BrightWave + Emarsys : Trois partenaires. Un objectif.

Char-Broil souhaitait augmenter l'engagement avec leur marque e-commerce en améliorant la personnalisation. BrightWave, leur agence e-mail et e-CRM, possédait l'expertise pour les y aider. Les deux partenaires avaient simplement besoin d'une plateforme marketing aux fonctions multiples et accessible aux marketeurs pour atteindre leurs objectifs communs.

« La principale difficulté résidait dans le fait que la plateforme de Char-Broil chez leur ancien fournisseur e-mail était trop compliquée. Elle n'était pas assez adaptée aux marketeurs et l'équipe ne se sentait ni suffisamment en confiance ni habilitée à lancer son programme ou à le moduler comme elle voulait. »

— Andrea Short, Senior Strategist, BrightWave



Évaluer les fournisseurs e-mail et les plateformes requiert des compétences spéciales

Tout d'abord, Char-Broil a trouvé un partenaire fiable et expérimenté chez BrightWave. Au moment de chercher un nouveau fournisseur de messagerie et de lancer un appel d'offres, Char-Broil a souhaité exploiter l'expertise de BrightWave dans le secteur e-mail au lieu de comparer les fournisseurs par eux-mêmes. BrightWave a pris le temps de découvrir l'activité de Char-Broil et de comprendre ses besoins marketing présents et futurs. Ensuite, BrightWave a établi une liste restreinte de potentiels partenaires de plateforme (de petits fournisseurs de messagerie électronique à de grandes plateformes marketing) et seule Emarsys a proposé une solution de taille adéquate pour Char-Broil.

« Nous possédons les ressources techniques et le savoir-faire nécessaires pour atteindre une automatisation très complexe », déclare Alexis Daniel, Account Director chez BrightWave. « Mais nous voulions aussi que les employés de Char-Broil se sentent aptes à utiliser la plateforme seuls, c'est sur ce point que nous avons pensé à Emarsys : pas besoin d'avoir un ingénieur en bases de données, un analyste et un architecte pour concevoir et envoyer un e-mail. » Emarsys était la seule plateforme à offrir toutes les fonctions que cherchait Char-Broil tout en restant accessible au quotidien pour le coordinateur marketing qui peut à présent exécuter une campagne sans plusieurs mois de formation.



Un logiciel e-mail non modifiable

Char-Broil a compris que s'ils voulaient augmenter les ventes et la fidélité à la marque par le biais de leur réseau de revendeurs et en ligne, ils devraient engager leur public avec des expériences cohérentes et constructives, en commençant par l'e-mail et en allant vers le site web. Le problème ? Il fallait utiliser un outil e-mail très compliqué.

Leandi McMurphy résume ainsi l'expérience de Char-Broil : « Malheureusement, l'outil que Char-Broil utilisait était un outil très lourd et robuste, mais il fallait une armée pour en tirer quelque chose. Nous ne nous sommes jamais sentis à l'aise pour nous y connecter et essayer d'envoyer un e-mail par nous-mêmes sans l'agence qui faisait la majeure partie de ce travail. Il a fallu quasiment trois mois de formation juste pour faire connaissance avec cet outil et réussir à envoyer un e-mail. »

Le défi

Char-Broil était particulièrement concentrée sur l'amélioration de l'engagement client. Pour ce faire, ils savaient qu'ils devraient mieux segmenter leurs clients, personnaliser le contenu et automatiser davantage de campagnes.



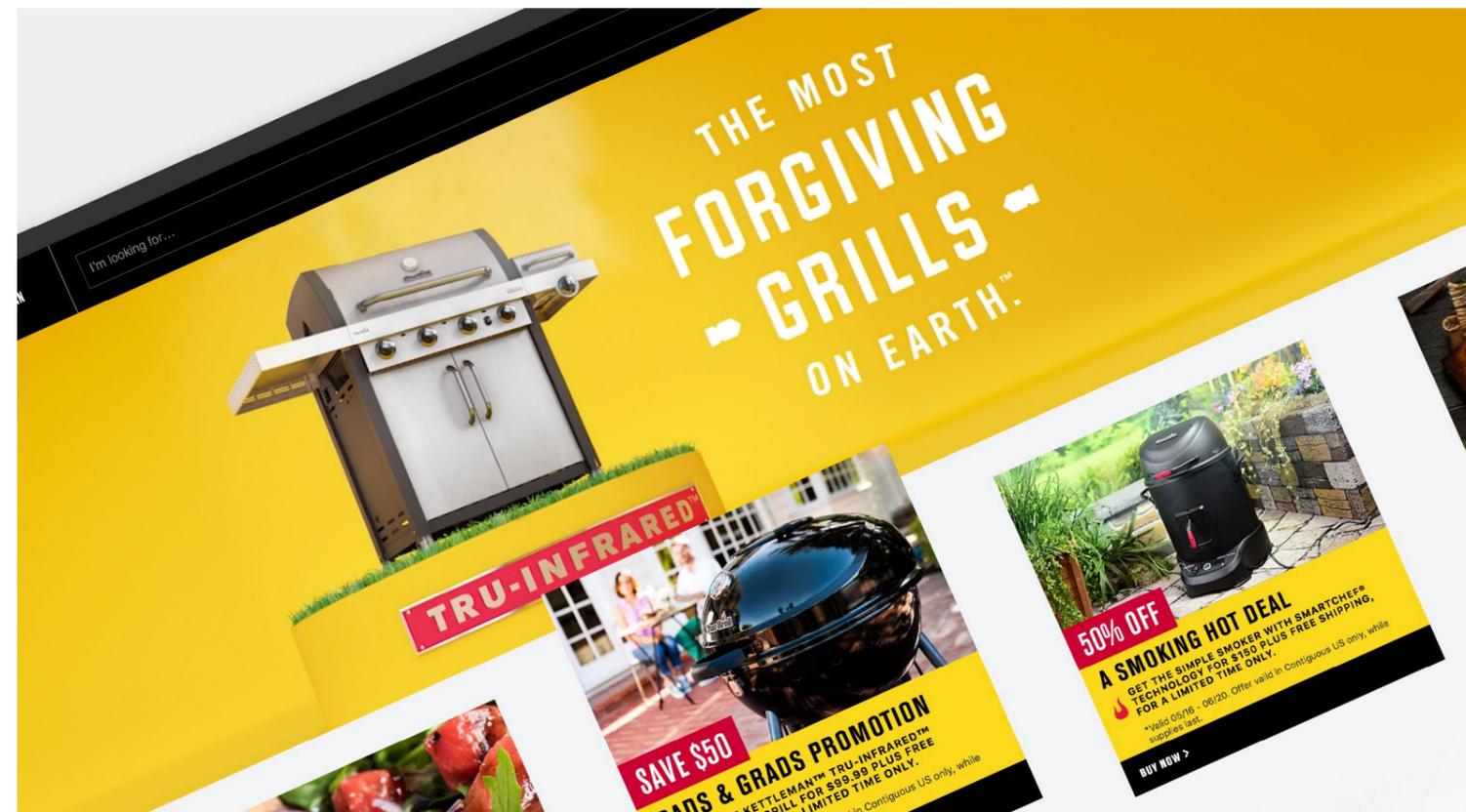
Un fournisseur e-mail inadéquat

L'ancien fournisseur e-mail de Char-Broil offrait peut-être une large panoplie d'options, mais exécuter des programmes exploitant ces options était compliqué et souvent alambiqué. L'équipe de Char-Broil se retrouvait coincée avec une multitude d'outils coûteux que personne ne maîtrisait sans l'aide conséquente du service informatique ou d'une agence externe. La segmentation était basique et laborieuse, l'équipe n'a réussi à déployer qu'une seule campagne automatisée, une série de bienvenue comprenant deux e-mails. Pour un vendeur dont l'e-commerce s'oriente de plus en plus sur les pièces de rechange, c'est un échec qui coûte cher.

« Un critère qui nous a déçu chez notre ancien fournisseur mail était que nous n'avions pas vraiment de relation », explique Paige Farrow, Directrice marketing senior chez Char-Broil. « On avait un manager relation client et un responsable de compte, une équipe de 10 personnes s'occupait de notre compte, mais ça tournait beaucoup et ils ne savaient plus si on était un partenaire ou pas. Ils ne venaient pas souvent aux nouvelles et, lorsque c'était le cas, c'était souvent pour essayer de nous vendre quelque chose. »

Leandi McMurphy, Senior Marketing Manager chez Char-Broil, voyait bien en quoi ce fournisseur pouvait fonctionner pour certaines entreprises, mais pas pour Char-Broil qui n'a pas d'équipe marketing e-mail à part entière. « Nous ne voulions pas rétrograder et revenir à un outil interne hyper basique sans les fonctions dont nous avons besoin à long terme », indique Leandi McMurphy. « Il fallait se renseigner sur les autres options qui pourraient nous offrir un bon compromis. Nous voulions aussi avoir accès à toutes ces fonctions pratiques qui nous permettraient d'innover dans nos e-mails. » Ironiquement, Char-Broil se démarque de ses concurrents en se positionnant comme une entreprise très innovante dans le secteur des barbecues à gaz, mais leur fournisseur e-mail entravait leur progression dans le domaine du marketing numérique.

Témoignage client Chair-Broil & BrightWave



La solution

Char-Broil était à la recherche d'une stratégie en programme e-mail, en développement de campagnes et d'une expertise en marketing e-mail – des compétences cruciales que possédait BrightWave. Lorsqu'il a fallu ensuite opter pour une solution technologique, BrightWave, en tant que partenaire, a recommandé la plateforme Emarsys et les outils qu'elle proposait pour atteindre les objectifs de Char-Broil.

L'une des principales raisons pour lesquelles Char-Broil a choisi de travailler avec BrightWave est qu'ils recherchaient une agence expérimentée possédant une expertise spécifique du secteur. Étant donné que BrightWave est leader parmi les agences de marketing e-mail et qu'elle a reçu les meilleures notes en satisfaction client et en expertise plateforme dans le guide annuel d'agences e-mail du Relevancy Group, la décision d'en faire leur agence attitrée pour le marketing e-mail a été assez facile. Cela comprenait le développement d'une stratégie de programme complète avec la conception et la création de contenu, la gestion de l'audience, la gestion des campagnes et l'analyse des programmes – le tout en tirant parti de la plateforme marketing d'Emarsys.

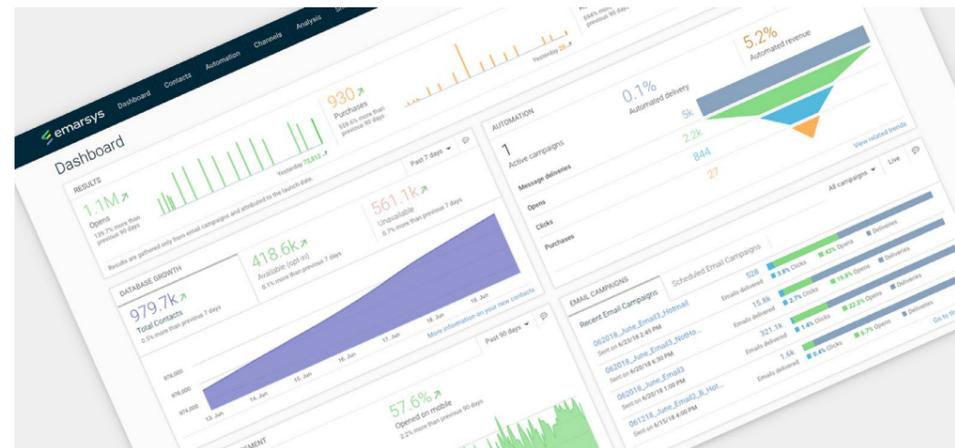
Une plateforme marketing qui fonctionne

Après leurs propres tests, BrightWave était convaincue que la plateforme Emarsys représentait la meilleure solution pour les besoins et les défis spécifiques de Char-Broil.

La démo sur le site a démontré avec brio l'un des atouts d'Emarsys : sa simplicité d'utilisation. Il était clair que tout ce que Char-Broil voulait faire avec leur ancien fournisseur sans y parvenir serait possible avec la plateforme Emarsys. BrightWave pouvait à présent créer les segments de Char-Broil, cibler plus efficacement leurs campagnes e-mail en s'appuyant sur les données clients et automatiser des campagnes personnalisées pour atteindre les clients de Char-Broil en ligne.

« Globalement, la plateforme est beaucoup plus facile à utiliser que [la plateforme précédente] », affirme Alexis Daniel de BrightWave. « Il est beaucoup plus simple pour n'importe quelle personne de notre équipe de comprendre ce qu'il se passe à n'importe quel moment. »

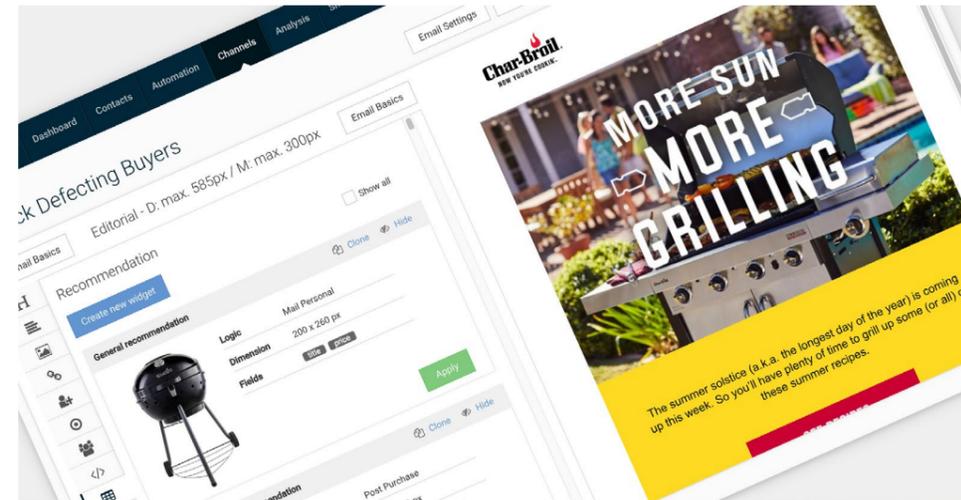
Paige Farrow de Char-Broil répond en ces mots à la question « Pourquoi Emarsys ? » : « Nous avons le sentiment que la plateforme Emarsys avait tout ce dont nous avons besoin et rien de plus. Très honnêtement, nous avons eu l'impression – et BrightWave était d'accord – que le support d'Emarsys serait plus solide que celui de leurs concurrents. »



Des outils e-mail faciles à utiliser aux fonctions pratiques

BrightWave a choisi la plateforme Emarsys pour les fonctions pratiques qu'ils ne trouvaient nulle part ailleurs. De la fonction Link Overview, qui repère les liens mal formatés, à la fonction Combine Segments, qui fusionne les contacts et les segments existants en un seul segment unifié, BrightWave a trouvé la plateforme Emarsys très intuitive dans l'ensemble. Cela comprend l'analyse e-mail qui permet de voir rapidement vos résultats et de confirmer que tout fonctionne comme prévu.

Témoignage client Chair-Broil & BrightWave



Mais elle a aussi offert d'autres options à Char-Broil, comme le décrit Paige Farrow : « Si nous savons que nous devons envoyer un e-mail et que ça ne relève pas de BrightWave, nous voulons être capables de le faire. Et comme nous développons le canal e-mail pour les petites marques sous l'égide de W.C. Bradley où nous ne pouvons pas nous permettre l'aide d'une agence, nous devons être certains que nous pouvons nous débrouiller. Nous avons donc choisi l'outil qui nous permettrait d'aider les petites marques sans pour autant compromettre ce que nous avons besoin de faire pour notre grande marque Char-Broil. »

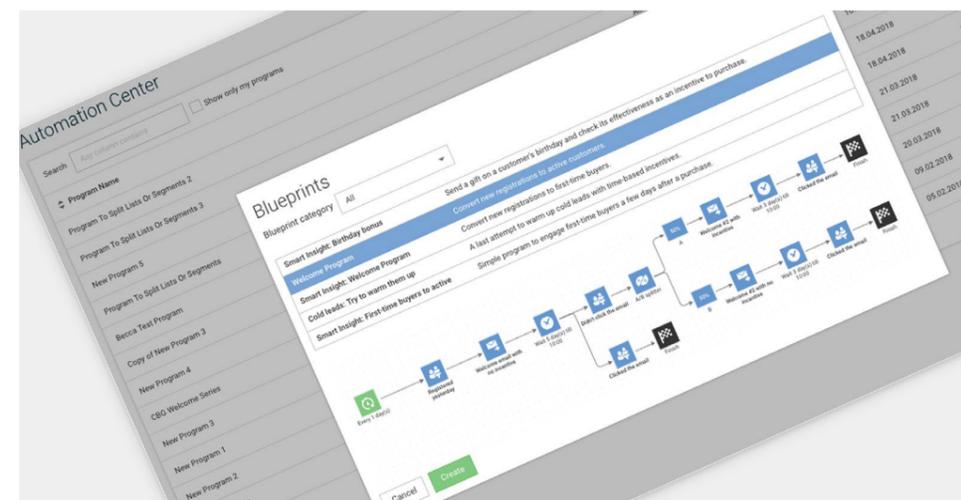
La mise en œuvre dont tous les marketeurs rêvent

La mise en œuvre peut être une période très conflictuelle, car on découvre rapidement quels éléments d'une plateforme s'intégreront ou non aux logiciels de marketing que l'on espère utiliser. Beaucoup d'entreprises optent pour un partenaire et croisent les doigts.

Paige Farrow de Char-Broil décrit parfaitement cette peur : « BrightWave est clairement très professionnel et il était capital que nous ayons le sentiment qu'Emarsys était du genre à nous aider à tout mettre en place correctement et à nous accompagner au début, et pas une entreprise qui dise : « Oh, vous avez signé le papier ? Bonne chance. Voilà une formation en ligne. »

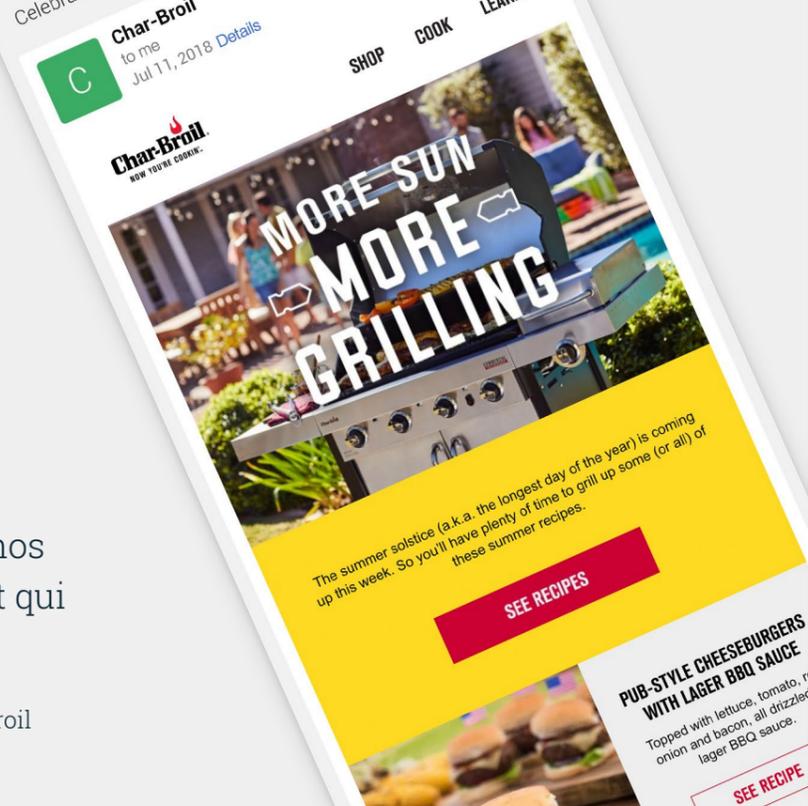
Ce n'était pas le cas avec Emarsys. Des consultants en mise en œuvre étaient disponibles tout au long des trois mois de processus pour guider BrightWave et Char-Broil à surmonter l'intégralité des obstacles et des difficultés de personnalisation.

Comme l'explique Alexis Daniel de BrightWave, « Pendant le processus de mise en œuvre, il était très important pour l'équipe d'intégrer toutes les différentes sources de données et de disposer d'une solution Magento prête à l'emploi, car c'est ce qu'elle utilise pour son élément e-commerce. Depuis que nous utilisons Emarsys, les tests, l'assurance qualité et l'envoi d'e-mails sont devenus un processus de plus en plus uniformisé et efficace pour notre équipe. »



« Nous avons évoqué la disponibilité d'Emarsys pour former et répondre aux questions, mais le feeling est tout aussi important. Nous voulions faire en sorte de trouver un partenaire e-mail vraiment solidaire qui nous aide à créer la meilleure expérience e-mail pour nos marques et nos consommateurs, et qui ne soit pas juste un commercial. »

– Paige Farrow, Directrice marketing senior, Char-Broil



Les résultats

Après que BrightWave a recommandé la plateforme Emarsys comme la meilleure solution possible pour Char-Broil, l'équipe de mise en œuvre Emarsys a accompagné BrightWave et Char-Broil dans la mise en place initiale.

À partir de là, BrightWave est devenue leur agence attitrée et a géré toutes les campagnes e-mail de Char-Broil. La capacité de l'agence e-mail à gérer de façon aussi fluide le contenu, la stratégie et le déploiement d'e-mails témoigne à la fois de son autorité dans l'industrie e-mail et de la simplicité d'utilisation de la plateforme Emarsys par rapport aux autres plateformes marketing.

Des partenaires avec une solution de taille adéquate

Même si BrightWave a évoqué de nombreux outils Emarsys qui intéressaient Char-Broil, l'agence e-mail n'a recommandé que ceux qui pourraient bénéficier immédiatement à Char-Broil. Ces derniers comprenaient Email, Automatisation, Aperçu en boîte de réception et Web Extend que Char-Broil pourrait développer par la suite.

Avec la recommandation de BrightWave pour la plateforme marketing d'Emarsys, ces partenaires offrent à présent à Char-Broil un système fait sur mesure pour leurs besoins actuels. L'argumentaire de vente était transparent, sans volonté d'upselling ou tentative d'inclure un tas d'outils dont Char-Broil n'aurait pas besoin dans un forfait. En revanche, Emarsys et BrightWave ont conseillé à Char-Broil de ne pas acheter certaines fonctions avant d'obtenir les résultats voulus de leur campagne e-mail.

C'est une différence importante par rapport aux autres plateformes marketing et fournisseurs e-mail. Nous réussissons lorsque nos clients réussissent – cela implique de ne recommander que les solutions susceptibles de profiter à nos clients dans l'immédiat.

Des services de mise en œuvre exemplaires

Peu importe qu'un fournisseur prétende que la mise en œuvre sera indolore, ce processus est souvent frustrant. C'est à ce moment que vous détectez les problèmes d'intégration et que vous devez mettre

Témoignage client Chair-Broil & BrightWave

au point des solutions sur mesure pour chacun d'entre eux. C'est aussi à ce moment que les forces et faiblesses de votre partenaire se révèlent au grand jour.

Andrea Short, Senior Strategist chez BrightWave se souvient bien de cette période : « Nous avons senti que nous aurions le soutien nécessaire pour rassurer Char-Broil et nous-mêmes dans la migration vers une nouvelle plateforme. C'est une perspective effrayante. Mais savoir que nous pouvions contacter une vraie personne et bénéficier d'assistance là et quand nous en avons besoin constituait un énorme argument commercial. Et je pense que le degré de soutien que nous avons reçu remonte en fait à l'équipe commerciale qui s'est bien préparée, qui a adapté sa présentation à Char-Broil et a compris l'entreprise, ses besoins et le fonctionnement du partenariat avec Char-Broil. »

Leandi McMurphy de Char-Broil note que ce niveau de service n'a pas faibli après la mise en place : « Je crois que l'important pour nous était que, même à la fin de la mise en place théorique, Emarsys n'a pas considéré que leur travail était terminé. Nous avons rencontré quelques problèmes de délivrabilité avec Yahoo, et l'équipe était à nos côtés pour les résoudre et n'a pas dit « Non, la mise en place est terminée. » Nous n'avons eu aucun mal à les contacter à ce moment et par la suite. Ils sont toujours disponibles. »

De l'espace pour grandir

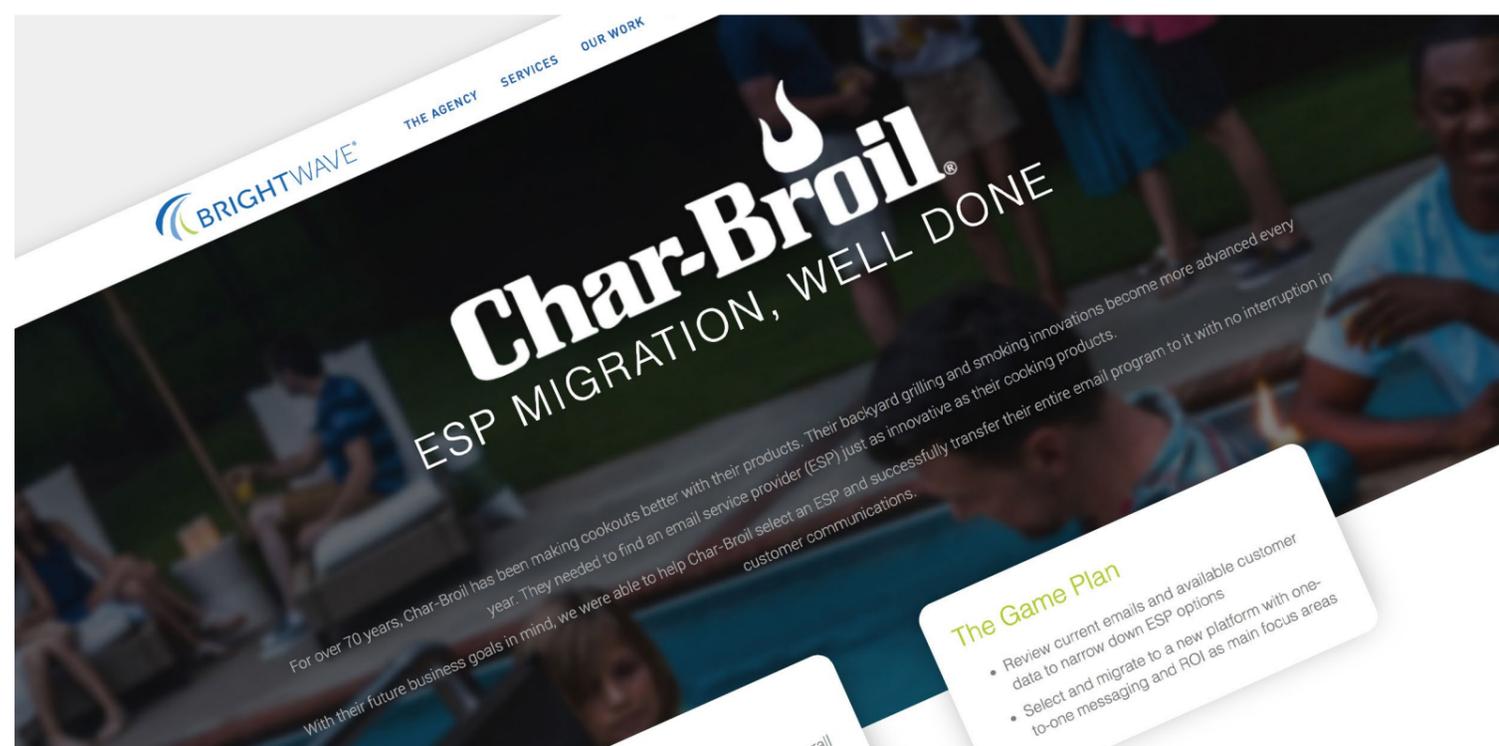
BrightWave a déjà déployé une série de bienvenue automatisée pour Char-Broil et les deux entreprises ajouteront d'autres campagnes à l'avenir. Mais plus important encore, les trois partenaires ont rapidement appris à se faire confiance et à apprendre les uns des autres.

Dans les mois à venir, la facilité d'utilisation de la plateforme Emarsys permettra à BrightWave et à l'équipe marketing de Char-Broil de créer des campagnes automatisées et définir des segments clients pour informer les nouveaux clients sur la marque. Cela augmentera aussi les ventes par le biais des canaux des revendeurs Char-Broil et les parts de ventes sur leur site e-commerce.

Par la suite, Char-Broil s'intéresse à l'ajout de recommandations de produits et, quand le moment sera venu, Char-Broil et BrightWave n'auront pas besoin de chercher un nouveau logiciel. Les recommandations font déjà partie de la plateforme Emarsys, tout comme des modèles pratiques pour des campagnes panier abandonné ou navigation abandonnée.

« Cette expérience nous a donné l'impression que vous avez investi dans notre entreprise sur le long terme et pas seulement pour remporter un client de plus à court terme », souligne Andrea Short de BrightWave. « Nous avons le sentiment d'être un partenaire à part entière. »

« Si vous ne voulez pas agrandir votre équipe, c'est un super outil car il est très facile à utiliser et à comprendre », déclare Paige Farrow de Char-Broil. « Et si vous ajoutez trois employés à l'équipe et que vous pouvez accomplir davantage, il contient aussi plein de fonctions pour progresser avec des campagnes de drip marketing, des messages hyper-ciblés, des réponses basées sur des actions et autres. C'est le compromis parfait. »





Basé à Columbus, en Géorgie (USA), Char-Broil LLC (www.charbroil.com) est l'un des plus anciens et des plus respectés fabricants d'appareils de cuisson en extérieur. L'entreprise offre une gamme complète de barbecues à gaz, à charbon et électriques, ainsi que des fumoirs, des friteuses et des accessoires de grillade. Avec le succès de sa technologie de cuisson révolutionnaire TRU-Infrared™, Char-Broil se concentre plus que jamais sur la consolidation de sa tradition d'innovation qui a offert à ses clients The Most Forgiving Grills on Earth™ (les barbecues les plus indulgents au monde). Outre la marque Char-Broil®, l'entreprise gère un portefeuille de marques dans le secteur des appareils de cuisson en extérieur comme les fumoirs Oklahoma Joe's®, Dancook et les grils SABER®.



BrightWave est une agence e-mail et e-CRM leader. Forte de plus de 15 années passées à gérer les meilleurs programmes e-mail du pays, BrightWave améliore l'e-CRM et les programmes multicanaux grâce à son innovation de pointe, son orchestration des relations et des expériences pionnières dans le secteur e-mail. Plus d'informations sur BrightWave.com.

BrightWave a aussi créé EiQ : la conférence pour les solutions e-mail intelligentes. Cette journée rassemble les membres de cette industrie et se concentre sur l'innovation et l'impact des entreprises. Pour de plus amples informations, rendez-vous sur EiQgathering.com.

EiQgathering.com.



Emarsys offre la seule plateforme d'engagement client omnicanal conçue pour accélérer les résultats business. Avec notre plateforme, vous pouvez réduire le Time to Value, fournir des expériences client 1:1 de qualité et produire des résultats mesurables ... rapidement. Nous sommes le partenaire de choix de plus de 1 500 entreprises dans le monde entier.

emarsys.com.