

Servicio de e-mailings promocionales

Principio de funcionamiento

Usted se beneficia en el marco de las soluciones de marketing referencial **EUROPAINT** de una prestación de e-mailings dirigidos a sus clientes potenciales. Este documento le señala los elementos que nos debe facilitar para llevarla a cabo.

Los e-mails serán enviados desde de nuestra plataforma de envío **Mail For You**, situada en nuestros locales.

Los e-mails son integrados en HTML (lenguaje de construcción de las páginas web) optimizado para la lectura en los principales programas de mensajería electrónica.

La plataforma **Mail For You** nos permite contabilizar los porcentajes de visitas y de clicks por cada mensaje enviado. Al final de la campaña (cerca de una semana después del envío), le proporcionaremos un informe detallado que recuperará estas informaciones.

Los e-mails

Elegir el tema gráfico de su e-mail

Usted puede elegir el aspecto de su e-mail entre cuatro modelos existentes. Luego, adaptaremos el modelo a su carta gráfica.

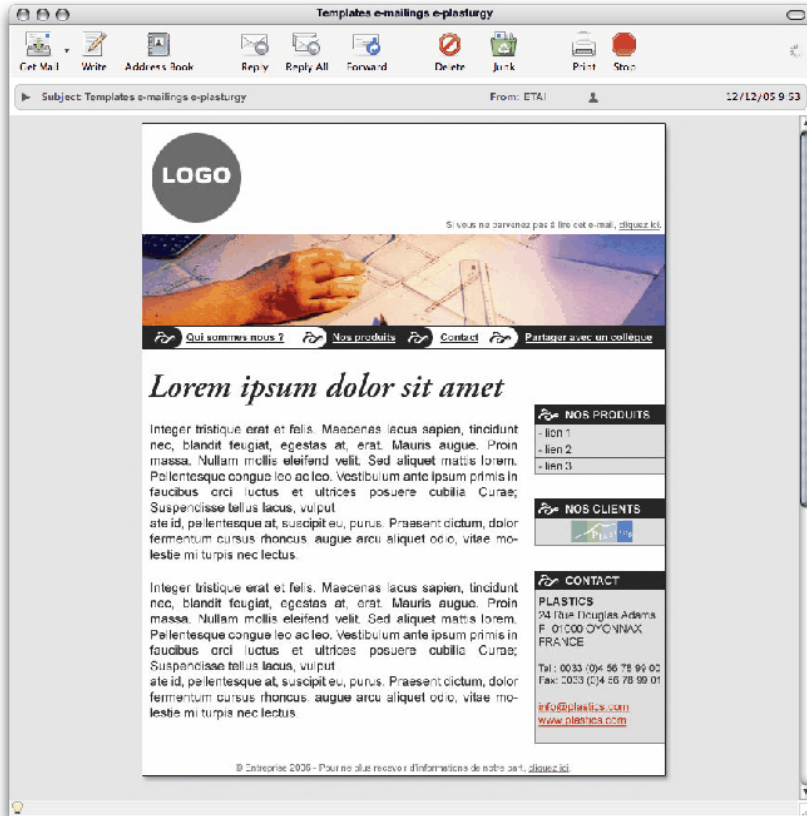
1) Ficha de identidad:

Por su concepción bien estructurada, este modelo se acerca a un mailing papel tradicional y está especialmente adaptado a las fichas de identidad y de primeros contactos con sus clientes potenciales. Permite insertar en su mensaje un gran número de informaciones jerarquizadas y ofrece al destinatario varios niveles de lectura.



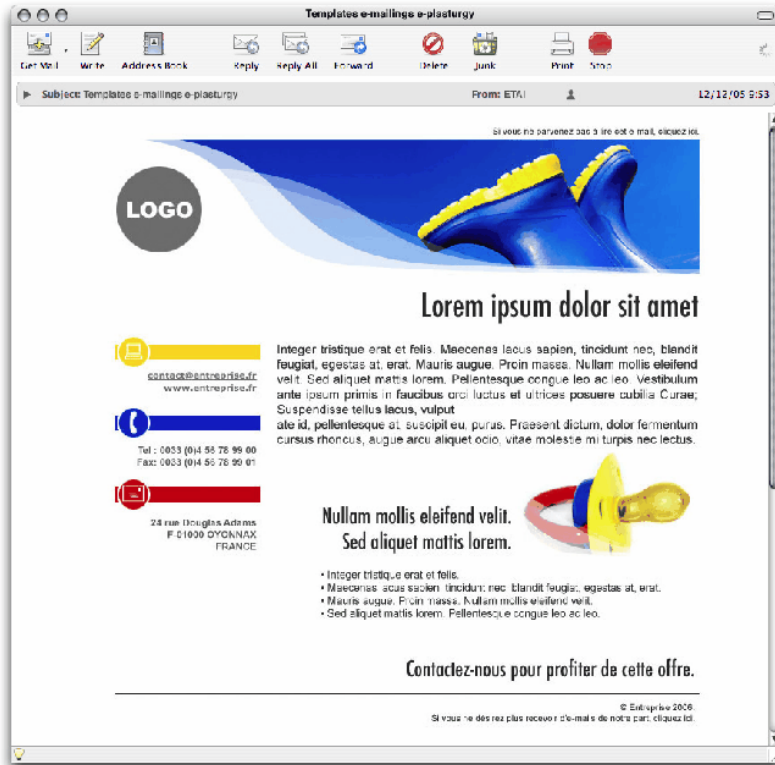
2) Pórtico:

Este modelo permite proponer un gran número de enlaces sin entorpecer la lectura. Este modelo de e-mailing puede, por ejemplo, utilizarse como link a su página en internet, si usted la posee, y les permite a los destinatarios acceder directamente a una gran cantidad de informaciones antes de ponerse en contacto con usted.



3) Lanzamiento de producto y seguimiento del evento:

Muy espaciado, este modelo pone mas el acento en la forma que en el contenido y es por eso que es aconsejado limitar este último a una idea - fuerza si no se quiere aminorar su impacto. Es apropiado para la presentación de una gama de productos o de servicios, y el texto debería estar concentrado en ésta.



4) Formulario:

Le es posible enviar a sus clientes potenciales o a sus clientes adquiridos un cuestionario simple (encuesta de satisfacción, percepción de la marca, prospección personalizada, etc) con el fin de conocerles mejor. Las respuestas le llegaran por e-mail.



Los elementos que hay que proporcionar para la integración

La integración de los e-mails, sobre la base de uno de los modelos descritos más arriba, será efectuada por ETAI.

Necesitaremos de varios elementos para hacerlo:

- **su logotipo.** Deberá ser en formato vectorial (.AI o .EPS), lo que nos permitirá manipularlo sin pérdida de calidad. Si usted no dispone de su logotipo en este formato, le agradeceremos nos lo envíe sobre fondo blanco en formato JPEG de alta resolución (600 pixeles de ancho por lo menos).
- **imágenes de ilustración.** Dos o tres imágenes que usted desee destacar (su equipo, sus productos). Formato JPEG, y también en alta resolución (mínimo 800 pixeles de ancho).
- **su texto.** En formato Word con objeto de conservar los atributos de formateado (negrita, cursiva). El texto deberá ocupar tres cuartos de página como máximo, incluyendo sus señas. Si usted desea destacar a una o varias frases cortas, le agradeceremos que nos las indique .
- **los ficheros.** Si usted desea proponer un catálogo o una ficha - producto, le agradeceremos que nos proporcione un fichero en formato PDF. Pensando en posibles problemas, desaconsejamos el envío de soportes voluminosos y preferimos indicar un enlace hacia un fichero en línea.
- **la dirección e-mail de vuelta.** La dirección que aparecerá en el campo "Expedidor" del mensaje y a la que sus posibles clientes podrán responder.
- **los enlaces.** La dirección de su sitio internet, de una página particular a la que usted desea redireccionar a sus posibles clientes, etc.

Nuestra base de clientes potenciales

Evolutiva e internacional

Los contactos están situados mayoritariamente en Francia, con una buena representación del resto de países de la Unión Europea y de la cuenca mediterránea.

Tenemos un cuidado especial en la gestión de las inserciones y desinserciones con el fin de que esta base conserve permanentemente el mayor valor añadido posible.

Elegir a sus posibles clientes.

Nuestros contactos son clasificados por categorías según su actividad, su función y los mercados de la empresa. Le basta con elegir, por orden de importancia, las categorías a las cuales desea dirigirse para cada uno de estos tres criterios. Filtraremos luego nuestra base para escoger a los 1500 destinatarios que se parecerán más a su posible cliente-blanco.

1: criterio Actividad

2: criterio Servicio

- Compra / Logística
- Administrativo
- Comercial
- DG
- Marketing / Comunicación
- Producción
- R&D
- RH

3: criterio Mercado