

Offres ciblées pour clients avertis.

Saga et Titan Travel obtiennent des taux d'activation et d'ouverture élevés avec Adobe Experience Cloud.



« Nous constatons des taux d'ouverture, de clics et d'activation plus élevés, et nos marketeurs ont davantage de temps pour axer leurs efforts sur la création de campagnes originales qui attirent véritablement le public. »

Ben Day, directeur de la gestion de la relation client du groupe Saga

SOLUTION

Adobe Experience Cloud, dont la solution Adobe Analytics d'Adobe Analytics Cloud et les solutions Adobe Campaign et Adobe Target d'Adobe Marketing Cloud

Adobe Customer Solutions

RÉSULTATS



Mise en œuvre en **6 MOIS** grâce à Adobe Customer Solutions

80%

TAUX D'OUVERTURE obtenus avec des campagnes par e-mail ciblées



Capacité à exécuter des campagnes en **1 HEURE**, et non plus en **5 JOURS**



Réduction des coûteux publipostages via des campagnes **CIBLÉES**



Saga PLC

Date de création : 1959

Kent, Royaume-Uni

www.saga.co.uk

Titan Travel

Date de création : 1978

www.titantravel.co.uk



DÉFIS

- Mieux cerner les préférences et besoins des clients
- Réduire le coût et le gaspillage papier liés au marketing par mailing direct
- Recourir davantage à la personnalisation pour cibler les clients sur les différents canaux

EXEMPLES D'UTILISATION

- Orchestration des campagnes
- Intelligence client

S'adresser à des consommateurs avertis

Si la complexité à aborder la génération Y fait souvent les gros titres, il est un autre groupe de consommateurs tout aussi difficile à conquérir : les quasi-retraités. La cinquantaine bien sonnée en général, il s'agit d'une population aisée, retraitée ou proche de l'âge de la retraite, mais toujours extrêmement active. Ces consommateurs ont le temps d'étudier les possibilités qui se présentent à eux, et les moyens de s'offrir très exactement ce qu'ils ont en tête.

Saga PLC est le spécialiste des produits et services visant ce segment de clientèle avertie. Si ses nombreuses divisions proposent tout un éventail de services, les deux activités principales du groupe s'articulent autour du tourisme et de l'assurance, notamment l'assurance habitation, automobile, médicale privée et voyage.

« La raison d'être de Saga, c'est d'aider ses clients à mener la vie qu'ils entendent mener », précise Ben Day, directeur de la gestion de la relation client du groupe Saga. « Pour réussir ce pari, il est primordial d'être à l'écoute de nos clients et de cerner très précisément ce dont ils ont réellement besoin — qu'il s'agisse d'une nouvelle formule d'assurance habitation ou d'une croisière all inclusive en Amérique du Sud. »

Pour Saga et ses marques, les outils marketing et de gestion de campagnes en place n'étaient pas suffisamment perfectionnés pour acquérir une connaissance approfondie des clients. Le groupe recourait souvent à des e-mails génériques et des campagnes de mailing direct qui véhiculaient les mêmes messages à des clients pourtant uniques.

Néanmoins, il n'a pas échappé à Saga que sa clientèle était très férue de technologies. Ses clients avaient à cœur de se renseigner et de contacter les marques du groupe via ses centres d'appels, sites web, applications mobiles et autres plates-formes digitales, bien souvent en empruntant plusieurs canaux pour réaliser un achat.

Saga, en quête d'une solution capable de diffuser plus facilement ses campagnes marketing, a trouvé son bonheur avec Adobe Experience Cloud. En faisant appel à Adobe Campaign et Adobe Target, composants d'Adobe Marketing Cloud, et à Adobe Analytics, composant d'Adobe Analytics Cloud, Saga s'est doté des outils intégrés intelligents indispensables à la connaissance de ses audiences, à la personnalisation de ses campagnes et à la gestion de ses offres marketing, en ligne et hors ligne.



« Grâce à Adobe Customer Solutions, nous avons mené à bien cette implémentation en seulement six mois, en répondant aux besoins des parties prenantes. »

Ben Day, directeur de la gestion de la relation client du groupe Saga

« En migrant la totalité de nos données marketing vers Adobe Experience Cloud, nous gagnons énormément en agilité et en souplesse. »

Dan Whitehouse, directeur du marketing touristique chez Saga Travel

« Nous recherchions un outil marketing simple, mais Adobe Experience Cloud a dépassé toutes nos espérances », avoue Ben Day. « Grâce à cette solution, nous nous sommes libérés de plusieurs outils et avons repensé notre approche dans l'optique de mieux cibler nos clients à grande échelle. »

Rapidité de mise en œuvre grâce à Adobe Customer Solutions

Avant d'implémenter Adobe Experience Cloud, Saga travaillait avec plusieurs systèmes marketing et programmes d'analytics élémentaires gérés par son équipe informatique. Le développement de nouveaux workflows auxquels rallier les équipes marketing et informatique nécessitait donc une formation particulière. Et, pour compliquer encore la donne, Saga avait une date butoir à respecter pour mettre en œuvre un nouveau programme de fidélité, avec des remises, concours et événements gratuits à la clé pour ses membres. Il lui fallait se faire une idée précise de l'accueil que réserveraient les clients à ce nouveau programme, mais aussi inciter davantage de clients à activer leur adhésion, en ligne ou via le centre d'appels.

Le groupe a alors décidé d'opérer un déploiement complet d'Adobe Experience Cloud avant le lancement de son programme de fidélité, afin de pouvoir assurer le suivi de cette nouvelle initiative et l'optimiser. Il s'est tourné vers Adobe Customer Solutions pour accélérer son déploiement.

« Nous souhaitions travailler avec des consultants qui pourraient nous accorder toute leur attention et respecter nos délais serrés », précise Ben Day. « Or, aucun ne connaissait mieux Adobe Experience Cloud que ceux d'Adobe Customer Solutions : il était donc logique de travailler avec eux. Grâce à Adobe Customer Solutions, nous avons mené à bien cette implémentation en seulement six mois, en répondant aux besoins des parties prenantes. »

Personnalisation des messages adressés aux clients

Plutôt que de coordonner les réponses délivrées par une multiplicité d'outils marketing, les marketeurs de Saga font aujourd'hui appel à Adobe Campaign pour fédérer une intelligence client à partir de sources en ligne et hors ligne, et créer des campagnes ciblées pour l'e-mail, le mailing direct et d'autres canaux. La simplicité d'emploi d'Adobe Campaign est telle qu'ils peuvent orchestrer des campagnes sans l'aide des équipes informatiques. C'est ainsi que ces marketeurs exécutent désormais des campagnes en une heure, contre cinq jours dans le précédent environnement.

Adobe Campaign alimente Adobe Analytics en données, ce qui permet d'obtenir une vue très complète des interactions clients — depuis le clic sur le lien intégré dans un e-mail promotionnel jusqu'à la souscription d'un contrat d'assurance. Adobe Target permet à Saga de tester la manière dont différentes audiences réagissent à divers messages marketing, optimisant ainsi encore ses performances marketing.

« Grâce à l'automatisation et aux enseignements tirés du début à la fin du parcours, Adobe Experience Cloud aide nos marketeurs à faire le lien entre les e-mails et le trafic ou la mobilisation pour optimiser les nouvelles campagnes de fidélisation », observe Ben Day. « Nous constatons des taux d'ouverture, de clics et d'activation plus élevés, et nos marketeurs ont davantage de temps pour axer leurs efforts sur la création de campagnes originales qui attirent véritablement le public. »

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA SOLUTION

Adobe Experience Cloud, dont :

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
- Rapports et analyses marketing

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Campaign
- Gestion des campagnes
- Coordination cross-canal visuelle
- Ciblage personnalisé
- Gestion des interactions en temps réel
- Exécution cross-canal
- Reporting opérationnel
- Adobe Target
- Tests A/B

Adobe Customer Solutions

Pour en savoir plus

www.adobe.com/fr/data-analytics-cloud.html

www.adobe.com/fr/marketing-cloud.html

www.adobe.com/fr/experience-cloud/service-support/consulting-services.html

Saga prévoit d'exploiter ces informations en temps réel pour déclencher des communications marketing directement via Adobe Campaign. Si un client commence à s'intéresser aux croisières proposées sur son site web, par exemple, Adobe Campaign pourrait déclencher l'envoi d'un e-mail mettant en évidence les offres en la matière. En se focalisant sur des campagnes d'e-mail marketing plus ciblées déployées au moment opportun, Saga compte réduire le nombre total d'e-mails envoyés tout en améliorant la conversion et la mobilisation via des messages personnalisés.

Se distinguer sur un marché saturé

En complément de ses marques Saga Holidays et Saga Cruises, Saga a intégré dans son giron Titan Travel, l'un des premiers tour-opérateurs de luxe au Royaume-Uni, en 2009. Même s'il cible un groupe analogue de consommateurs, Titan Travel exerce ses activités en tant qu'entité indépendante de Saga. Titan Travel avait à cœur d'offrir à ses clients les meilleures expériences de séjour possibles et de se différencier par des parcours personnalisés.

Pour ce faire, cette entité suit les traces de sa société-mère, en faisant appel à Adobe Campaign pour se détacher d'un modèle marketing imprimé universel au profit de campagnes marketing omnicanal ciblées.

Aujourd'hui, Titan Travel envoie un tiers de mailings directs en moins par an ; cet acteur a ainsi considérablement réduit la consommation de papier, le gaspillage et les coûts d'affranchissement, et force est de constater que la personnalisation de ses messages lui vaut de solides résultats. Sur ses campagnes digitales, les taux d'ouverture atteignent 80 % depuis l'implémentation d'Adobe Campaign.

« Avec Adobe Experience Cloud, nous intégrons les canaux en ligne et hors ligne pour atteindre plus efficacement les clients », fait observer Dan Whitehouse, directeur du marketing touristique chez Saga Travel. « Les données sont accessibles dans l'heure, et non plus sous 48 heures comme c'était le cas avec notre précédente solution. Cela se traduit pas un ciblage considérablement accéléré et des communications personnalisées. En transposant les comportements clients en messages ciblés, nous mettons les clients à l'aise, et encourageons et récompensons leur fidélité. »

Saga prévoit d'intensifier encore son utilisation d'Adobe Experience Cloud, tout particulièrement en recourant à Adobe Target pour accentuer l'optimisation et la personnalisation de ses messages.

« La première étape de notre parcours est franchie : en migrant la totalité de nos données marketing vers Adobe Experience Cloud, nous gagnons énormément en agilité et en souplesse », indique Dan Whitehouse. « Avec Adobe Target, nous commençons à créer des communications digitales sur mesure, à partir de comportements clients individuels en direct. Celles-ci donneront lieu à une expérience utilisateur plus personnalisée et mieux ciblée qui, au final, multipliera les réservations côté clients — supplantant ainsi efficacement notre ancien modèle. Notre enseigne traverse actuellement des moments fascinants. »

