

RECO et Résultats Campagne d'emails B2B

*« Libérez votre entreprise des
contraintes financières avec XLN CPS* »*

(*) CPS : *Card Processing Solution* – Solution pour le traitement des cartes bancaires

Présentation de l'agence et des atouts de l'équipe

Au sein de **S.P. CHATELAIN LTD**, nous nous spécialisons dans l'élaboration de stratégies de prospection multi-canal et de fidélisation, offrant un précieux soutien aux équipes commerciales et marketing dans la réalisation de leurs objectifs. Nos solutions en marketing jouent un rôle actif dans la stimulation de la croissance du chiffre d'affaires et dans le renforcement de l'influence des entreprises.

À la tête de notre équipe se trouve **Samuel Chatelain**, Fondateur et Directeur, un expert passionné en marketing et communication. Avec plus de 10 années d'expérience fructueuse dans le secteur des services, Samuel guide divers clients à travers des environnements compétitifs, dirigeant des équipes internes vers le succès.

En tant que consultant polyvalent, Samuel démontre une forte sensibilité à la conversion des prospects et à l'engagement des visiteurs en ligne. Son approche bienveillante favorise la coopération, la performance, et met l'accent sur le retour sur investissement (ROI).

Diplômé en Commerce International de l'école d'ingénieurs de l'ESAIP d'Angers, ainsi qu'en Marketing du Chartered Institute of Marketing (CIM) de Londres, Samuel combine connaissances académiques et expertise pratique pour offrir des solutions marketing de qualité à nos clients.

Rappel du contexte

Depuis une décennie, **XLN for Small Business** a apporté un soutien inébranlable aux petites entreprises à travers tout le Royaume-Uni. Avec une base de plus de 250 000 entreprises ayant fait le choix de XLN pour leurs besoins en haut débit, téléphonie, téléphonie mobile et machines de paiement par carte bancaire, la réputation de l'entreprise parle d'elle-même.

Ce qui distingue XLN de ses concurrents, c'est son engagement exclusif envers les petites entreprises. En comprenant intimement les enjeux cruciaux pour ces entreprises, XLN propose des produits et des services spécifiquement adaptés à leurs besoins.

Le service client de XLN, basé au Royaume-Uni, est un pilier essentiel de son offre. En résolvant 90 % des problèmes dès le premier appel, l'équipe assure une continuité opérationnelle pour ses clients, renforçant ainsi la confiance et la satisfaction. Les résultats parlent d'eux-mêmes, avec plus de 4 500 avis 5 étoiles recueillis sur Trustpilot, soulignant l'efficacité et la qualité des services offerts par XLN for Small Business.

Demandes de l'annonceur XLN

Demandes principales

- Image de marque/sensibilisation
- 1 Générer des prospects
- Télécharger des informations
- Publicité
- 2 Promotion de la proposition de valeur

Demandes secondaires

- 1 Promouvoir les produits
- Promouvoir le service
- Service à la clientèle
- 2 Avantage par rapport à la concurrence
- Showcase

Date de soumission : 9 décembre 2013
Date d'approbation : 20 décembre 2013
Date d'échéance du projet : 17 janvier 2014
 date fixe flexible
Budget du projet : £600.00
Numéro de commande : XLN-0001

Partie prenante du projet :

Chef de projet :
Samuel Chatelain
Designer :
Richard Whiteford
Approuvé par le directeur :
Julian Przygodzki

Contextualisation de la problématique

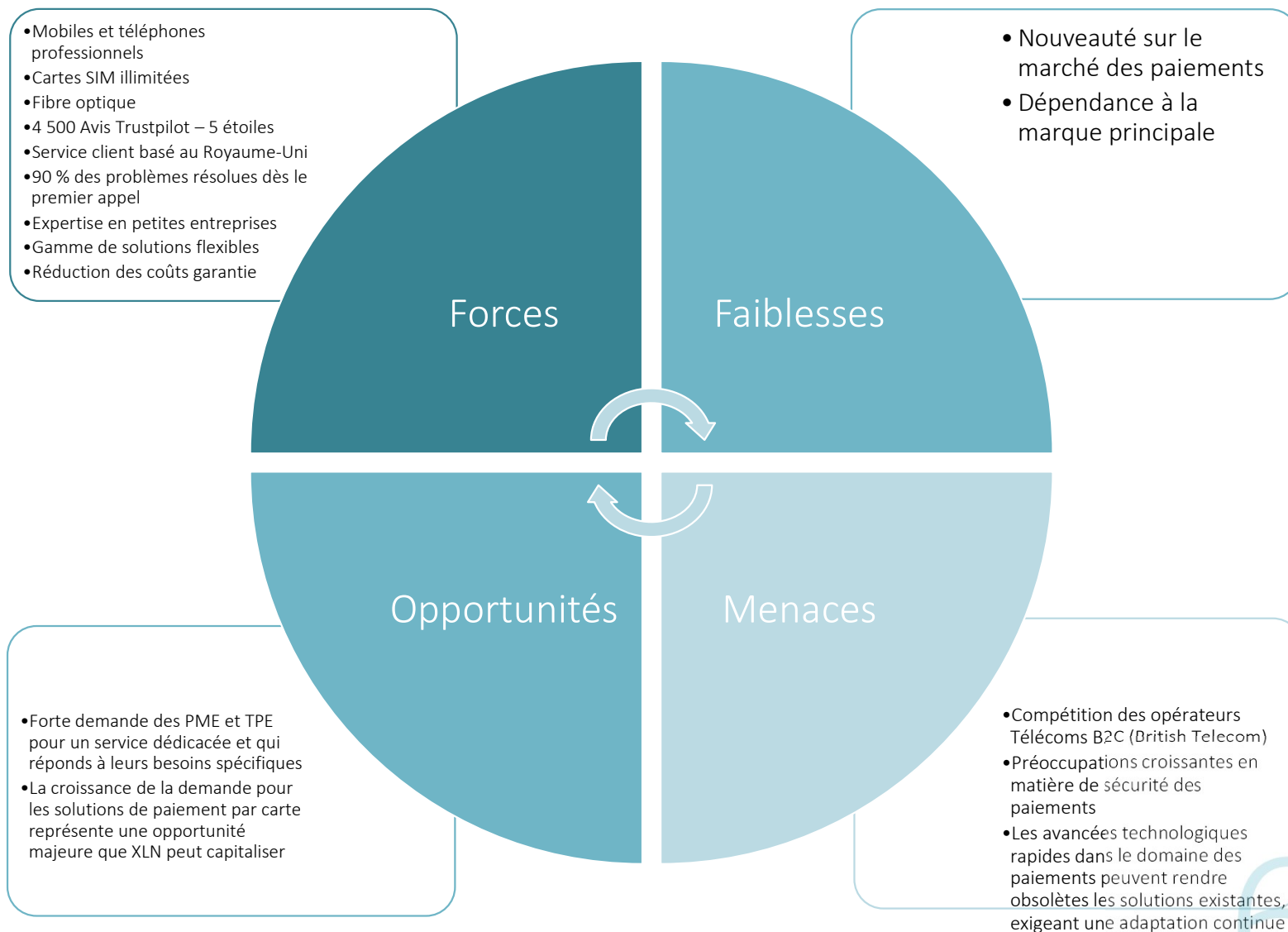
La problématique à laquelle XLN for Business fait face est ancrée dans son désir de renforcer sa position sur le marché en augmentant significativement l'adoption de ses machines à carte bancaire parmi les petites entreprises britanniques. Cette ambition repose sur deux piliers stratégiques majeurs : la conversion de nouveaux prospects et la vente croisée auprès de ses clients existants dans le domaine de la téléphonie.

Dans un paysage où la concurrence entre opérateurs de télécommunication, y compris des acteurs de renom tels que British Telecom, est intense, XLN cherche à établir un avantage compétitif décisif en mettant en avant ses nouveaux produits et sa proposition de valeur innovante dans la catégorie des paiements par carte bancaire. Cette démarche s'inscrit dans la volonté de diversification de l'offre, cherchant à répondre aux besoins globaux des petites entreprises tout en capitalisant sur la confiance déjà établie avec ses clients dans le secteur des télécommunications.

La promotion réussie de ces nouvelles offres nécessite une approche stratégique qui combine à la fois l'acquisition de nouveaux clients, en mettant en avant les avantages et les fonctionnalités uniques des machines à carte bancaire de XLN, et la maximisation des opportunités de vente croisée auprès de sa clientèle existante dans le domaine de la téléphonie.

Au-delà de l'objectif de croissance du nombre d'entreprises adoptant les machines à carte bancaire de XLN, la problématique inclut également la nécessité de démarquer ces nouvelles offres dans l'esprit des clients face à une concurrence acharnée. **Comment XLN peut-il positionner ses produits de manière distinctive et communicative, tout en démontrant leur valeur ajoutée pour les petites entreprises, afin de conquérir et fidéliser une clientèle dans un marché de plus en plus compétitif et dynamique ?** C'est là le défi central de la problématique stratégique à laquelle XLN for Business doit répondre.

Le SWOT



Pistes choisies pour la suite de la démarche stratégique

Pour guider la suite de notre démarche stratégique chez XLN, plusieurs initiatives créatives peuvent être explorées en tirant parti des éléments fournis :

Campagnes de conversion personnalisées : Créer des campagnes d'emailing spécifiques pour convaincre les clients existants de divers produits XLN à adopter la solution CPS en mettant en avant les avantages uniques, tels que l'évitement de frais inutiles et la flexibilité des solutions CPS.

Communication axée sur la simplification financière : Élaborer des messages clairs soulignant comment XLN résout le problème des frais bancaires cachés et de l'accumulation des coûts, en mettant en avant la réduction des coûts, la simplicité d'utilisation de la solution CPS, et son adaptation aux besoins des propriétaires d'entreprise.

Offres groupées et avantages multiples : Proposer des offres groupées attrayantes pour inciter les clients à opter simultanément pour la solution CPS et d'autres produits XLN, en soulignant les avantages multiples, y compris la commodité d'une machine de paiement par carte fournie par XLN.

Campagnes promotionnelle axées sur les économies : Concevoir des campagnes publicitaires mettant en avant les économies de coûts obtenues en choisissant XLN, en utilisant des messages percutants pour encourager les propriétaires d'entreprise à prendre des mesures contre l'augmentation des coûts en adoptant la solution CPS.

Mise en avant des réussites client : Partager des témoignages clients mettant en lumière comment XLN a aidé plus de 130 000 PME à gérer leurs coûts avec succès. Montrer comment le choix de XLN a été déterminant dans la priorisation des propriétaires d'entreprise.

Comptes à rebours et urgence : Utiliser des éléments tels que des offres prolongées jusqu'au 31 mars 2014 (offre 3 mois gratuit) comme levier d'urgence. Intégrer un compte à rebours visuel pour renforcer l'idée qu'il ne reste que quelques jours pour profiter des avantages exceptionnels.

En implémentant ces stratégies créatives, XLN peut renforcer sa position comme le partenaire de confiance des petites entreprises, tout en maximisant l'adoption de la solution CPS et en créant un avantage concurrentiel significatif sur le marché.

Choix de la problématique de communication

Le choix de la problématique de communication pour XLN vise à positionner la solution CPS comme une réponse incontournable aux besoins des propriétaires de petites entreprises tout en renforçant la confiance envers la marque. La problématique centrale repose sur la manière dont XLN peut optimiser la communication pour maximiser l'adoption de la solution CPS.

Problématique de Communication :

Comment concevoir une stratégie de communication percutante pour la solution CPS de XLN, soulignant l'évitement des frais inutiles, la flexibilité des options, la réduction des coûts significative, et la commodité d'une machine de paiement par carte, afin de convaincre tant les clients existants que les nouveaux prospects de faire confiance à XLN pour simplifier leurs opérations financières, tout en établissant la marque comme le choix idéal pour les propriétaires d'entreprise soucieux de leurs coûts ?

Axes de communication

Découvrez les paiements par carte avec simplicité (pour les nouveaux utilisateurs) : Explorez le monde des paiements par carte avec XLN CPS, une solution simple et conviviale, parfaite pour ceux qui découvrent cette méthode de paiement pour la première fois.

Changer pour une nouvelle expérience financière (pour ceux cherchant à changer) : Optez pour une expérience sans contraintes avec XLN CPS. Pour ceux qui envisagent de changer de fournisseur, découvrez une solution innovante qui libère votre entreprise des limitations du passé.

Évitement des frais inutiles : Mettre en avant comment la solution CPS de XLN permet aux entreprises d'éviter les frais bancaires cachés et les coûts superflus, soulignant ainsi la transparence et l'économie financière réalisée.

Flexibilité des solutions CPS : Communiquer sur la variété d'options et de configurations disponibles dans la gamme CPS de XLN, démontrant une solution adaptable aux besoins spécifiques de chaque entreprise.

Réduction des coûts significative : Mettre en évidence les avantages financiers tangibles qu'offre la solution CPS de XLN, montrant comment cette initiative se traduit par des économies concrètes pour les propriétaires d'entreprise.

Commodité de la machine de paiement par carte : Faire ressortir la facilité d'utilisation et la commodité ajoutée d'une machine de paiement par carte fournie par XLN, positionnant la marque comme un partenaire complet pour les opérations financières des entreprises.

Confiance en XLN : Renforcer la confiance envers XLN en soulignant ses partenariats, sa compréhension profonde des petites entreprises, et son engagement à offrir le meilleur service possible.

Avantages multiples pour les clients actuels : Encourager les clients existants à maximiser leurs avantages en adoptant la solution CPS, en mettant en avant des offres groupées et des avantages supplémentaires.

Urgence et exclusivité : Utiliser des éléments tels que l'offre 3 mois gratuit prolongée jusqu'au 31 mars 2014 pour créer un sentiment d'urgence et d'exclusivité, incitant les entreprises à agir rapidement pour bénéficier des avantages exceptionnels,

Positionnement de XLN pour sa solution CPS

« Libérez votre entreprise des contraintes financières avec XLN CPS »

Message central :

XLN, votre partenaire de confiance, s'engage à libérer les petites entreprises des contraintes financières en offrant une solution CPS complète, transparente et avantageuse.

Que vous soyez nouveau dans l'utilisation de cartes de paiement ou que vous cherchiez à changer pour une solution plus innovante, XLN CPS offre une expérience transparente, économique et adaptée à vos besoins.

Éléments clés du Positionnement

Flexibilité adaptative : Mettant en avant la gamme de solutions CPS flexibles, XLN assure aux entreprises une flexibilité adaptative, s'ajustant parfaitement à leurs besoins spécifiques.

Réduction des coûts assurée : XLN garantit une réduction significative des coûts, plaçant ainsi l'économie financière au cœur de l'expérience offerte à ses clients.

Pas de fournisseur précédent, pas de contraintes passées : Pour ceux sans expérience antérieure avec d'autres fournisseurs, XLN CPS offre une chance de démarrer sans les contraintes ou les compromis liés à des fournisseurs antérieurs.

Chercher à changer - bienvenue à la liberté financière : Pour ceux cherchant à changer, XLN CPS représente une opportunité d'échapper aux limitations des solutions existantes, offrant une alternative avec des avantages financiers concrets.

Simplicité d'utilisation : En insistant sur la facilité d'utilisation de la solution CPS, XLN promet une expérience simple et efficace, spécialement conçue pour les propriétaires d'entreprise occupés.

Partenaire de confiance : Fort de partenariats solides et d'une compréhension approfondie des besoins des petites entreprises, XLN se positionne comme un partenaire de confiance pour simplifier les opérations financières.

Avantages multiples : XLN encourage les entreprises à maximiser leurs avantages en adoptant la solution CPS, soulignant les multiples bénéfices, y compris la commodité d'une machine de paiement par carte fournie.

Urgence et exclusivité : En proposant une offre de 3 mois gratuit prolongée jusqu'au 31 mars 2014, XLN crée un sentiment d'urgence et d'exclusivité, incitant les entreprises à agir rapidement pour tirer parti de cette opportunité exceptionnelle.

Public Cible

XLN CPS s'adresse à un public dynamique, ouvert au changement, et en quête d'une solution de paiement par carte répondant à ses besoins spécifiques.

Nouveaux Utilisateurs :

Pour ceux explorant les paiements par carte pour la première fois, XLN CPS offre une introduction fluide. Des startups aux petites entreprises en expansion et aux travailleurs indépendants, cet ensemble cherche une solution de paiement moderne et accessible.

Chercheurs de Changement :

Pour ceux activement à la recherche d'une alternative innovante et sans contraintes dans le paysage des paiements par carte, XLN CPS est la réponse. Des entreprises insatisfaites de leur fournisseur actuel aux nouvelles entreprises sans historique de paiement par carte, ce groupe recherche une alternative flexible et économique.

Traits Communs du Public Cible :

Un esprit d'entreprise fort, une attention particulière à la réduction des coûts, une préférence pour des solutions simples et transparentes, ainsi qu'une inclination à adopter des technologies innovantes pour rester compétitif.

Objectifs

L'objectif principal de cette stratégie est d'affirmer la position de XLN CPS comme le choix privilégié pour les petites entreprises, en mettant en avant des avantages tels que la liberté financière, la flexibilité adaptative, la réduction des coûts garantie, et une relation de confiance.

L'objectif de vente consiste à générer 1 675 prospects, avec un taux de conversion cible de 1%, aligné sur la fourchette moyenne de 0,8% à 1,3% observée lors de la campagne précédente.

Les objectifs globaux de cette stratégie sont doubles, visant à générer un nombre défini de leads par le biais d'actions web et d'appels entrants, tout en encourageant l'inscription à la solution CPS. Ces objectifs sont adaptés aux deux segments de public cible, à savoir l'acquisition de nouveaux prospects et la vente croisée aux clients existants.

Pour atteindre ces objectifs, la campagne se concentre sur deux segments distincts : l'acquisition de nouveaux prospects et la vente croisée aux clients existants. Les appels à l'action sont adaptés en conséquence, encourageant les nouveaux utilisateurs à **«commencer leur aventure sans tracas avec XLN CPS»** et incitant ceux cherchant à changer à **«libérer leur entreprise des contraintes financières en choisissant XLN CPS»**.

Comment atteindre ces objectifs ?

Pour atteindre ces objectifs, la campagne se concentre sur deux segments distincts : l'acquisition de nouveaux prospects et la vente croisée aux clients existants. Les appels à l'action sont adaptés en conséquence, encourageant les nouveaux utilisateurs à «*commencer leur aventure sans tracas avec XLN CPS*» et incitant ceux cherchant à changer à «*libérer leur entreprise des contraintes financières en choisissant XLN CPS*».

La mise en œuvre de ces objectifs se concrétise à travers la création de boutons d'action spécifiques. Nous prévoyons une page d'atterrissage dédiée pour la demande de devis, une autre pour ceux qui découvrent les paiements par cartes, et une troisième pour ceux envisageant de changer d'opérateur. De plus, des numéros de contact directs, notamment DDI et 0800 xxx xxxx, seront mis en place pour faciliter l'engagement direct.

Afin de maximiser l'attrait de la solution XLN CPS, des incitations stratégiques ont été intégrées, comprenant une période initiale de trois mois sans coût pour la location du terminal, ainsi que des offres de terminaux à partir de 14 £ par mois. Ces incitations visent à renforcer la proposition de valeur de la solution CPS.

Calendrier

La campagne d'e-mailing, planifiée du 17 janvier au 26 mars 2014, verra la fin de l'offre « *3 mois gratuits* » le 15 mars 2014 (*Cf infra : le calendrier de lancement des courriels*).

Ce calendrier stratégique vise à maximiser l'impact de la communication, suscitant l'engagement des prospects tout en offrant des avantages spéciaux pour encourager l'inscription à la solution CPS de XLN.

Budget alloué à la campagne : coûts estimés et réels

Dans le plan initial, prévoyant trois lancements d'e-mails sur un mois, le coût estimé était de 484,30 £. Cette estimation englobait l'envoi de 167 000 courriels au tarif unitaire de 0,0029 £.

Cependant, une révision du plan a été effectuée, étalant la campagne sur six lancements d'e-mails sur trois mois, avec un coût estimé ajusté à 2 021,79 £, couvrant l'envoi de 697 168 courriels au même tarif unitaire.

Coût estimé :

- Plan initial (3 lancements d'emails en 1 mois)
484,30 £ pour l'ensemble de la campagne
167 000 courriels à 0,0029 £ chacun
- Plan révisé (6 lancements d'e-mails sur 3 mois)
2 021,79 £ pour l'ensemble de la campagne
697 168 courriels à 0,0029 £ chacun

Les coûts réels de la campagne se sont finalement élevés à 2 336,16 £, englobant l'envoi de 805 571 courriels au tarif unitaire de 0,0029 £.

Coûts réels :

- 2 336,16 £ pour l'ensemble de la campagne
- 805 571 courriels à 0,0029 £ chacun

Justifications du changement de plan

La décision de passer de trois lancements d'e-mails sur un mois à six lancements sur trois mois a été motivée par plusieurs considérations stratégiques.

Tout d'abord, le passage à un calendrier échelonné sur trois mois visait à optimiser l'engagement des prospects en répartissant les communications de manière plus étalée dans le temps. Cette approche permettait d'éviter une saturation potentielle des destinataires et d'assurer une plus grande attention à chaque envoi.

En outre, étendre la campagne sur trois mois offrait l'opportunité d'intégrer des ajustements dynamiques en fonction des retours et des analyses intermédiaires. Cette flexibilité permettait de peaufiner les messages, d'adapter les offres en fonction des réponses du public, et d'optimiser la stratégie de communication au fil du temps.

La prolongation de la campagne sur une période plus étendue avait également pour objectif d'instaurer une présence plus soutenue et mémorable dans l'esprit des destinataires. En espaçant les envois, on favorisait la rétention des informations clés, augmentant ainsi les chances d'interaction et de conversion.

En somme, le passage de trois à six lancements sur trois mois résulte d'une approche plus évolutive et réfléchie, visant à maximiser l'impact de la campagne d'e-mailing tout en ajustant stratégiquement les tactiques pour atteindre les objectifs définis.

La stratégie de création

Le concept créatif repose sur l'idée de « Libérez votre entreprise avec XLN CPS ». L'image centrale sera celle d'une petite entreprise s'affranchissant des entraves financières pour évoquer la liberté offerte par la solution CPS de XLN.

Les visuels utiliseront une palette de couleurs vives et engageantes pour captiver l'attention. Des images représentant des entrepreneurs souriants, utilisant facilement la machine de paiement par carte XLN, seront intégrées pour illustrer la simplicité et la commodité de la solution.

Message Clé : « *XLN CPS - La clé de votre liberté financière. Évitez les frais inutiles, choisissez la flexibilité, et libérez votre entreprise des contraintes financières.* »

Le ton de communication sera à la fois informatif et inspirant, mettant l'accent sur les avantages pratiques tout en suscitant une émotion positive. L'approche sera conviviale, engageante et axée sur l'autonomisation des propriétaires d'entreprise.

Le site web de XLN sera mis à jour pour refléter la nouvelle campagne, avec des pages d'atterrissage dédiée à CPS mettant en avant les témoignages clients, les fonctionnalités et les avantages.

Des campagnes d'e-mails régulières seront envoyées aux clients existants et aux prospects pour présenter les offres spéciales, les avantages et les témoignages.

Les retours clients seront surveillés attentivement, avec des enquêtes post-campagne pour comprendre les points forts et les domaines d'amélioration.

Cette stratégie de création complète vise à captiver l'attention, à susciter l'enthousiasme, et à générer une réponse positive envers la solution CPS de XLN, renforçant ainsi la position de l'entreprise en tant que partenaire de confiance pour les petites entreprises.

Les créations

Page d'atterrissage - Switchers



the small business specialist

Call us free from UK landlines
0808 252 5862

[Home](#)
[Solutions](#)
[Support](#)
[About XLN](#)
[Accessories](#)

[Get a quote](#)
[Chat online](#)

[Overview](#)
[Counter top](#)
[Portable](#)
[Mobile](#)
[E-commerce](#)

[Our Cookies Policy](#)



No terminal rental for 3 months*

Terminals from just £14/month

contact us

Our dedicated team are here to help

> get a quote

> call me back

> chat online

Or call us on 0808 252 5862

Looking to switch card machine provider and credit card processing?

If you're thinking of switching providers, look no further than XLN. We can provide you with very competitive rates for your card processing and unbeatable customer service with our dedicated and specialised team.

Why should I switch to XLN?

We understand that as a business owner you work hard to make each sale. The last thing you need is a credit and debit card terminal that comes with high and unnecessary charges which eat into your hard earned cash before you've even seen it. As the small business specialist we'll advise you on which card machine will suit your business. With XLN Card Processing Solutions you can save up to 30% vs other providers.

Even better... save up to 30% vs other providers

We'll match or beat your current transaction rates, or give you £35 credit. Don't end up paying expensive hidden card processing service costs elsewhere.

With XLN, you have every type of card machine suitable for your business:

Counter top

Classic terminal for those businesses with a permanent sales counter, like shops

- Ideal card machine for businesses with limited counter space
- Cost effective Chip & Pin terminal with pin pad
- Easy to use on the counter or hand-held

> Start my order

Portable

Ideal for businesses such as cafes or restaurants where payment can be taken to your customers

- Easy to use, light and compact
- Fast payments in any environment
- Long-life battery which can last a full working day

> Start my order



Perfect for businesses on the go, mobile terminals allow payments anywhere at anytime

- Take payments on the move quickly and with ease
- Easy to carry, compact and light
- Long-life battery so you miss no payments

> Start my order





> watch video

Sherin Tyrell
Body & Soul Health and Beauty

"I can't believe how cheap the bills are, I don't feel it anymore"



> watch video

(*) 48 monthly payments required
If we don't match or beat your existing transaction rates for credit and debit card processing, we will give you a £35 credit. Savings guarantee is not applicable to customers currently receiving services from Devon or First Data Merchant Solutions.

Page d'atterrissage - New To Cards



the small business specialist

Call us free from UK landlines
0808 159 9374

[Home](#)
[Solutions](#)
[Support](#)
[About XLN](#)
[Accessories](#)

[Get a quote](#)
[Chat online](#)

[Overview](#)
[Counter top](#)
[Portable](#)
[Mobile](#)
[E-commerce](#)

[Our Cookies Policy](#)



No terminal rental for 3 months*

Terminals from just £14/month

contact us

Our dedicated team are here to help

> get a quote

> call me back

> chat online

Or call us on 0808 159 9374

New to card machines?

XLN are here to help. We thrive on being the small business specialist and with 130,000 small business customers we know what small businesses need. With XLN Card Processing Solutions you can save up to 30% vs other providers.

Why do you need card processing?

When it comes to running your business, one rule stands out above all others: Never make it difficult for customers to give you money. While cash will always be king for some transactions, business owners are turning to card payments more and more in order to sell their goods - both every day and occasionally. We want to help you make the switch to card payments and keep the costs of your card acceptance low.

Even better... save up to 30% vs other providers

With XLN, we make it quick and easy to set up card payments with the flexibility of 24, 36 or 48 month contracts. You can lower your costs accepting credit and debit cards and in turn having a card machine could see your revenue increase.

We have every type of card machine suitable for your business:

Counter top

Classic terminal for those businesses with a permanent sales counter, like shops

- Ideal card machine for businesses with limited counter space
- Cost effective Chip & Pin terminal with pin pad
- Easy to use on the counter or hand-held

> Start my order

Portable

Ideal for businesses such as cafes or restaurants where payment can be taken to your customers

- Easy to use, light and compact
- Fast payments in any environment
- Long-life battery which can last a full working day

> Start my order



Perfect for businesses on the go, mobile terminals allow payments anywhere at anytime

- Take payments on the move quickly and with ease
- Easy to carry, compact and light
- Long-life battery so you miss no payments

> Start my order





> watch video

Sherin Tyrell
Body & Soul Health and Beauty

"I can't believe how cheap the bills are, I don't feel it anymore"



> watch video

(*) 48 monthly payments required

Calendrier de lancement des courriels

@
1

17 Janvier 2014

Courriel 1a aux clients
Avec XLN, vous ne payez pas de frais de terminal pendant les 3 premiers mois pour x
Vous avez fait confiance à XLN pour d'autres produits que la CPS, inscrivez-vous à la CPS.

- Éviter les frais inutiles
- Gamme de CPS flexibles
- Réduction des coûts garantie
- Fournir aux clients la CPS

Envoi d'un courriel 1b aux prospects
Avec XLN, vous ne payez pas de frais de terminal pendant les 3 premiers mois pour x
Vous en avez assez des frais bancaires cachés et des frais qui s'accumulent ?

- Réduction des coûts
- Gamme de CPS flexibles
- Une CPS facile à suivre
- Propriétaire d'entreprise en tête
- Fournir aux clients la CPS

@
2

24 Janvier 2014

Email 2 pour l'ouverture des emails et/ou le CTR
Economisez jusqu'à 30% avec XLN Card Processing Solutions for x
Fatigué de l'augmentation des coûts de l'entreprise ?

- XLN est le choix idéal parce que ses partenariats
- Comprendre les petites entreprises
- Le prix le plus bas avec le meilleur service
- CPS sur mesure + Mise en place sans problème

3 Février 2014

Courriel 2 pour envoyer des courriels aux personnes qui n'ont pas répondu à l'appel
Economisez jusqu'à 30% avec XLN Card Processing Solutions for x
Fatigué de l'augmentation des coûts de l'entreprise ?

- XLN est le choix idéal parce que ses partenariats
- Comprendre les petites entreprises
- Le prix le plus bas avec le meilleur service
- CPS sur mesure + Mise en place sans problème

@
3

31 Janvier 2014

Email 3 pour l'ouverture des emails et/ou le CTR
Avec XLN CPS recevez E35 en crédit - offre limitée à x
Ne laissez pas des factures mensuelles élevées grignoter vos revenus

- Économies de coûts + Faibles coûts
- Rejoignez 130 000 PME
- Propriétaire d'entreprise en tête
- Fournir aux clients la CPS

10 Février 2014

Email 3 pour l'ouverture des emails et/ou le CTR
Avec XLN CPS recevez E35 en crédit - offre limitée à x
Ne laissez pas des factures mensuelles élevées grignoter vos revenus

- Économies de coûts + Faibles coûts
- Rejoignez 130 000 PME
- Propriétaire d'entreprise en tête
- Fournir aux clients la CPS

24 Février 2014

Courriel 3 pour envoyer des courriels aux personnes qui n'ont pas répondu à l'appel
Avec XLN CPS recevez E35 en crédit - offre limitée à x
Ne laissez pas des factures mensuelles élevées grignoter vos revenus

- Économies de coûts + Faibles coûts
- Rejoignez 130 000 PME
- Propriétaire d'entreprise en tête
- Fournir aux clients la CPS

@
4

11 Mars 2014

Email 4 aux ouvreurs d'emails
XLN | Offre limitée prolongée jusqu'au 31^{er} mars 2014
Offre prolongée jusqu'au 31/03/14

- Il ne reste plus que quelques jours ouvrables
- Réduction des coûts de transaction
- Pas de frais bancaires cachés
- Nouveau ! Période de location de 24 à 36 mois

11 Mars 2014

Email 4 aux ouvreurs d'emails
XLN | Offre limitée prolongée jusqu'au 31^{er} mars 2014
Offre prolongée jusqu'au 31/03/14

- Il ne reste plus que quelques jours ouvrables
- Réduction des coûts de transaction
- Pas de frais bancaires cachés
- Nouveau ! Période de location de 24 à 36 mois

11 Mars 2014

Email 4 aux ouvreurs d'emails
XLN | Offre limitée prolongée jusqu'au 31^{er} mars 2014
Offre prolongée jusqu'au 31/03/14

- Il ne reste plus que quelques jours ouvrables
- Réduction des coûts de transaction
- Pas de frais bancaires cachés
- Nouveau ! Période de location de 24 à 36 mois

Email et page d'atterrissage Interactivité

Étape 1

Emails
Appel à l'action

Appelez le 0800 xxx xxxx

Nouveau pour les cartes
Chercher à changer
Obtenir un devis

Étape 2

Page d'atterrissage 1
Nouveau pour les cartes

DDI

| Accueil | Solutions | Support | A propos de XLN | Accessoires | | Demande de devis | Chat en ligne |

> Obtenir un devis
> Rappelez-moi
> Chat en ligne

Commencer ma commande [CPS] Commencer ma commande [Portable] Voir la vidéo
Image [de CPS] Image [portable] > Image [vidéo]

Commencer ma commande [Mobile] Image [terminal £14]
Image [Mobile] <http://www.cardprocessingsolutions.co.uk/solutions/overview.aspx>

Étape 3

Formulaire de demande de devis
Appeler pour un devis direct
DDI

Fname : _____ Image
Nom : _____
Nom : _____
Tél : _____
Poste : _____
Eprov : _____
> Obtenir mon devis

Merci de votre attention.
Un spécialiste du traitement des cartes XLN vous contactera bientôt pour vous aider à économiser.

Page d'atterrissage 2
Chercher à changer

DDI

| Accueil | Solutions | Support | A propos de XLN | Accessoires | | Demande de devis | Chat en ligne |

> Obtenir un devis
> Rappelez-moi
> Chat en ligne

Commencer ma commande [CPS] Commencer ma commande [Portable]
Voir la vidéo
Image [de CPS] Image [portable] > Image [vidéo]

Commencer ma commande [Mobile] Image [terminal £14]
Image [Mobile] <http://www.cardprocessingsolutions.co.uk/solutions/overview.aspx>

Data mining

Exigences en matière de données

Sélections de données pour les prospects	Email ouvert		Courriel non ouvert	
	Mobile	Pas de mobile	Mobile	Pas de mobile
Suivi pour CPS	<i>Priorité 1</i> 1 courriel		<i>Priorité 4</i> 0 email	
Suivi pour Telco	<i>Priorité 2</i> 11 courriels		<i>Priorité 5</i> 60 courriels	
Pas de suivi	<i>Priorité 3</i> 23 140 courriels		<i>Priorité 6</i> 19 583 courriels	<i>Priorité 7</i> 192 499 courriels

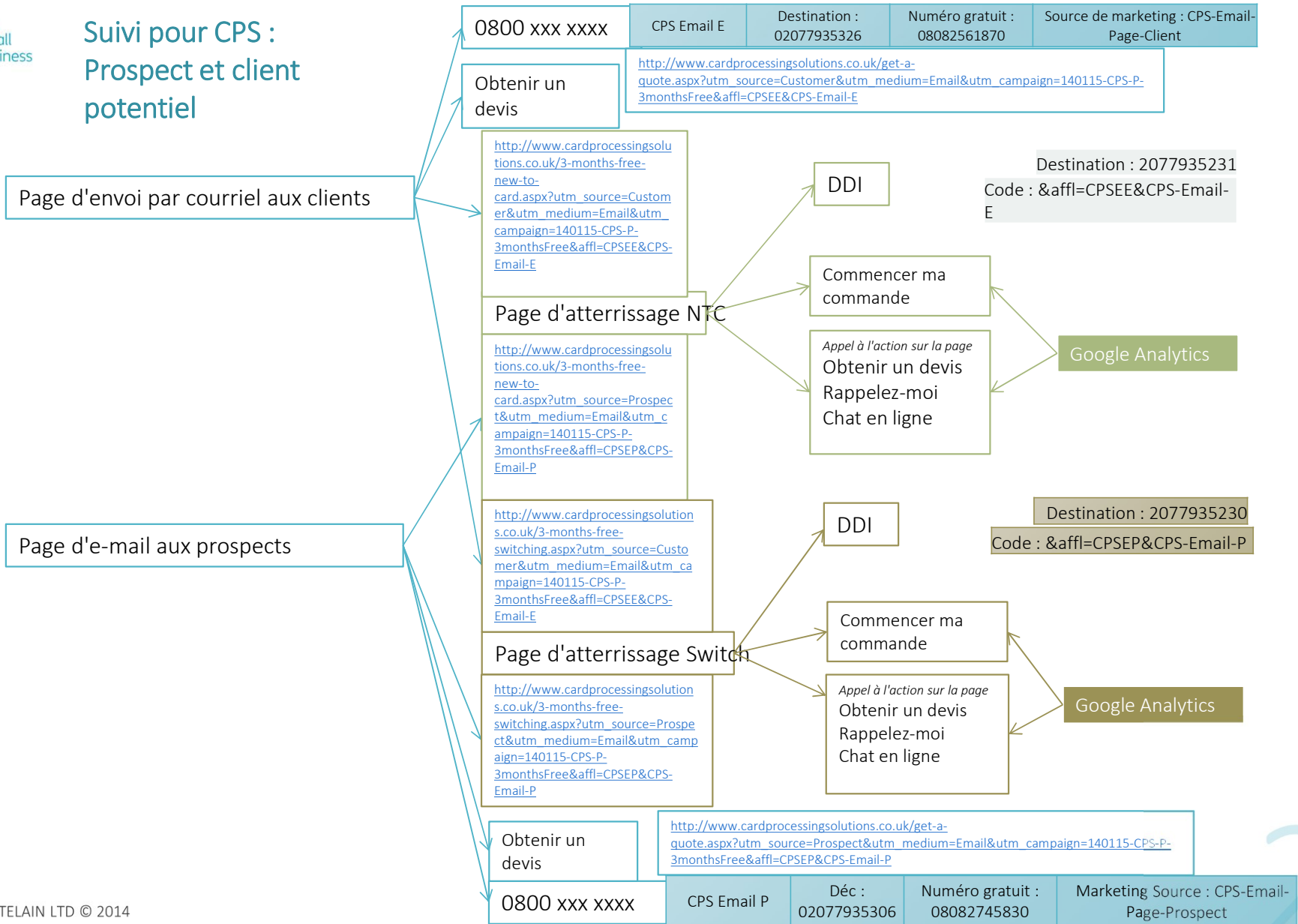
Profilage des données

Raisons des résultats	
Nouveau client	Ventes réalisées
Client existant	Client existant
Non-intéressé	Meilleure offre
	Complication de la commutation
	Durée du contrat
	Délai d'exécution trop long
Autres	Frais d'annulation
	Paieement anticipé
	Coordonnées incorrectes
	Informations erronées

Sélections de données pour les clients	Email ouvert	Non ouvert
Vert avec Telco ET a un suivi pour CPS	<i>Priorité 1</i> 98 courriels	<i>Priorité 4</i> 77 courriels
Vert avec Telco ET a un suivi pour Telco	<i>Priorité 2</i> 101 courriels	<i>Priorité 5</i> 170 courriels
Vert avec Telco ET n'a pas de suivi	<i>Priorité 3</i> 15 385 courriels	<i>Priorité 6</i> 40 674 courriels

Tracking

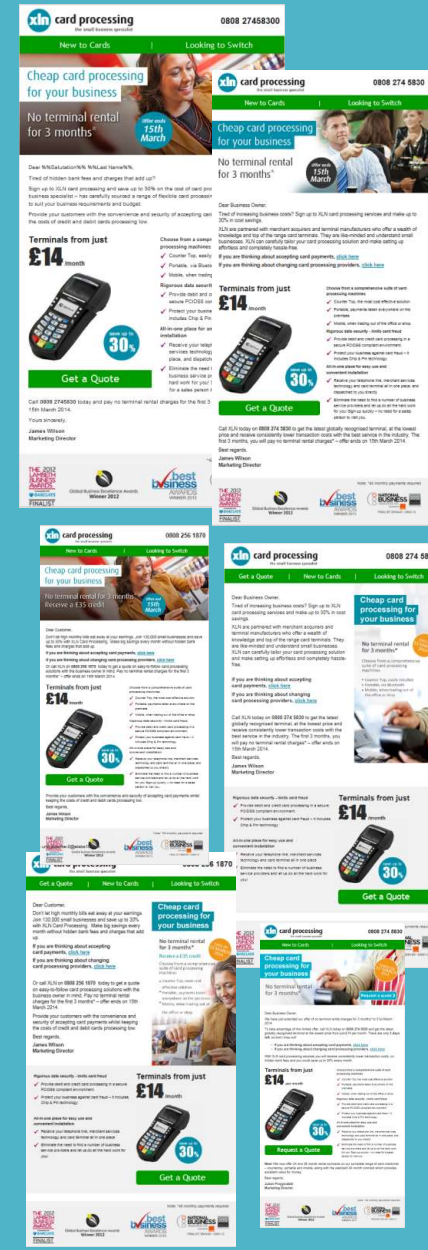
Suivi pour CPS : Prospect et client potentiel



Résultats

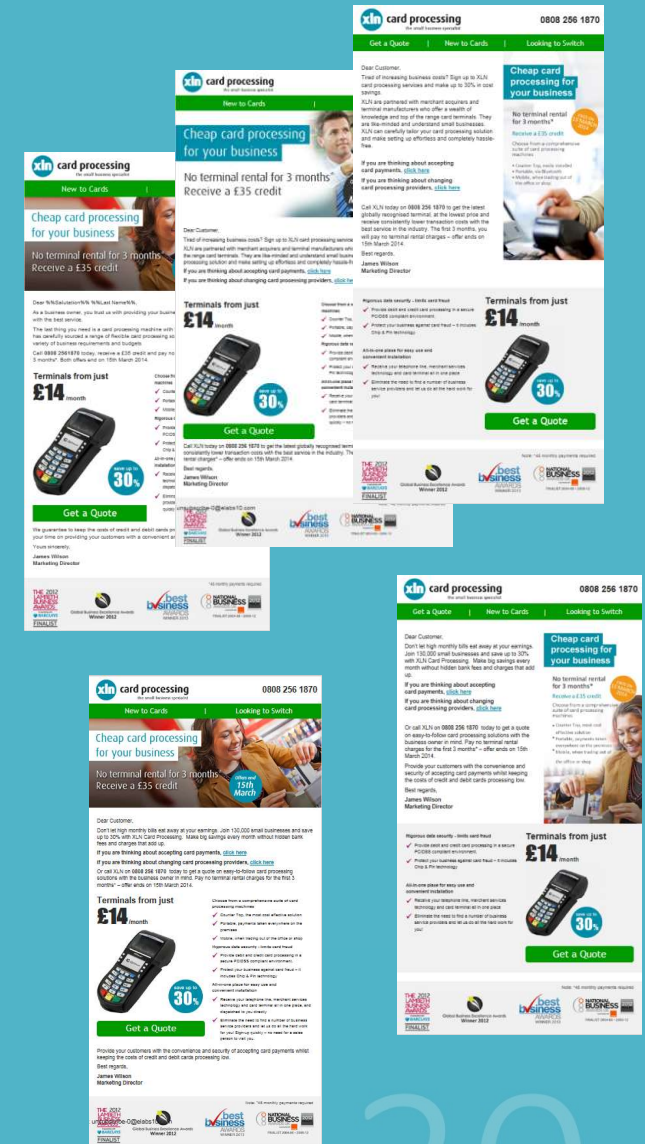
Efficacité des campagnes de marketing par courrier électronique auprès des prospects

Emails (E)	E1	E1E2	E1E2E3	E2	E2E3	E3	E4
Audience	Non-ouvert	Ouvert	Ouvert	Non-ouvert	Ouvert	Non-ouvert	Ouvert
Date de livraison à partir de :	17 janvier	29 janvier	7 février	3 février	10 février	24 février	11 Mars
Date de livraison au :	5 février	17 février	26 février	20 février	27 février	13 Mar	26 mars
Envoyé	202,758	26,389	25,953	162,075	5,986	159,965	28,661
Coût	£588.00	£76.53	£75.26	£470.02	£17.36	£463.90	£83.12
Rebonds	11,024	122	45	773	16	834	188
Délivré	191,734	26,267	25,908	161,332	5,970	159,131	28,485
Taux de délivrabilité	94.25%	99.54%	99.83%	99.54%	99.73%	99.48%	99.38%
Désabonnements	2,541	434	256	919	78	693	279
Taux de désabonnement	1.33%	1.65%	0.99%	0.57%	1.31%	0.44%	0.98%
Ouverts	32,439	13,645	9,918	6,593	2,107	5,428	10,622
Ouverts uniques	25,716	11,223	8,327	5,695	1,847	4,644	8,881
CTOR	13.41%	42.73%	32.14%	3.53%	30.94%	2.92%	31.18%
Clics uniques	658	207	150	139	20	94	122
CTR	0.34%	0.79%	0.58%	0.09%	0.34%	0.06%	0.43%
Coût par CTOR	£0.0229	£0.0068	£0.0093	£0.0825	£0.0078	£0.0999	£0.0094
Coût par CTR	£0.8936	£0.3697	£0.4880	£3.3814	£0.8680	£4.9351	£0.6813



Efficacité des campagnes de marketing par courrier électronique pour les clients existants

Emails (E)	E1	E1E2	E1E2E3	E2	E2E3	E3	E4
Audience	Non-ouvert	Ouvert	Ouvert	Non-ouvert	Ouvert	Non-ouvert	Ouvert
Dates de livraison	21 janvier	31 janvier	11 février	5 février	12 février	26 février	13 Mar
	23 janvier	4 février	13 février	7 février	14 février	28 février	17 mars
	28 janvier	7 février	18 février	12 février	19 février	5 mars	20 mars
Envoyé	62,933	14,771	15,037	34,823	2,369	44,746	19,105
Coût	£182.51	£42.84	£43.61	£100.99	£6.87	£129.76	£55.40
Rebonds	1,853	53	6595	1,055	8	1,580	95
Delivré	61,080	14,718	14,942	33,768	2,361	43,166	19,010
Taux de derivabilité	96.97%	99.64%	99.36%	96.88%	99.66%	96.34%	99.50%
Désabonnements	49	24	29	23	6	28	61
Taux de désabonnement	0.08%	0.16%	0.19%	0.07%	0.25%	0.06%	0.32%
Ouverts	20,207	8,139	7,586	2,478	1,239	4,173	11,757
Ouverts uniques	15,186	6,141	5,960	1,969	955	3,241	9,072
CTOR	24.86%	41.72%	39.89%	5.83%	40.45%	7.51%	47.72%
Clics uniques	640	212	194	115	33	184	314
CTR	1.05%	1.44%	1.30%	0.34%	1.40%	0.43%	1.65%
Coût par CTOR	£0.0120	£0.0072	£0.0074	£0.0513	£0.0074	£0.0400	£0.0061
Coût par CTR	£0.2852	£0.2214	£0.2248	£0.8781	£0.1971	£0.7052	£0.1764



Efficacité des campagnes de marketing Page d'atterrissage Nouvelles cartes

Du 17 au 31 janvier 2014

Visites	295
Temps moyen passé sur le site	00:01:35
Pages/Visite	2,09
Obtenir un devis Visité	56
% de visites pour cliquer sur une citation	18,98%

Du 15 au 28 février 2014

Visites	519
Temps moyen passé sur le site	00:01:25
Pages/Visite	1.73
Obtenir un devis Visité	261
% de visites pour cliquer sur une citation	50,28%

Du 14 au 25 Mars 2014

Visites	349
Temps moyen passé sur le site	00:01:50
Pages/Visite	1,72
Obtenir un devis Visité	196
% de visites pour cliquer sur une citation	56,16%

Du 1 au 14 février 2014

Visites	1 097
Temps moyen passé sur le site	00:01:30
Pages/Visite	1,74
Obtenir un devis Visité	415
% de visites pour cliquer sur une citation	37,83%

Du 1er au 13 mars 2014

Visites	414
Temps moyen passé sur le site	00:01:32
Pages/Visite	1.76
Obtenir un devis Visité	221
% de visites pour cliquer sur une citation	53,38%

xln card processing
the small business specialist

Call us free from UK landlines
0800 159 9374

Home Solutions Support About XLN Accessories

Overview Counter top Portable Mobile E-commerce

Get a quote Chat online

Our Cookies Policy

contact us

Our dedicated team are here to help

- get a quote
- call me back
- chat online

Or call us on 0800 159 9374

No terminal rental for 3 months*
Terminals from just £14/month

New to card machines?

XLN are here to help. We thrive on being the small business specialist and with 130,000 small business customers we know what small businesses need. With XLN Card Processing Solutions you can save up to 30% vs other providers.

Why do you need card processing?

When it comes to running your business, one rule stands out above all others: Never make it difficult for customers to give you money. While cash will always be king for some transactions, business owners are turning to card payments more and more in order to sell their goods - both every day and occasionally. We want to help you make the switch to card payments and keep the costs of your card acceptance low.

Even better... save up to 30% vs other providers

With XLN, we make it quick and easy to set up card payments with the flexibility of 24, 36 or 48 month contracts. You can lower your costs accepting credit and debit cards and in turn having a card machine could see your revenue increase.

We have every type of card machine suitable for your business:

- Counter top**
Classic terminal for those businesses with a permanent sales counter, like shops
 - Ideal card machine for businesses with limited counter space
 - Cost effective Chip & Pin terminal with pin pad
 - Easy to use on the counter or hand-held
- Portable**
Ideal for businesses such as cafes or restaurants where payment can be taken to your customers
 - Easy to use, light and compact
 - Fast payments in any environment
 - Long-life battery which can last a full working day
- Mobile**
Perfect for businesses on the go: mobile terminals allow payments anywhere at anytime
 - Take payments on the move quickly and with ease
 - Easy to carry, compact and light
 - Long-life battery so you make no payments

OFFER ENDS 15TH MARCH
DON'T MISS OUT!

*48 MONTHLY PAYMENTS REQUIRED

Sherin Tyrell
Body & Soul Health and Beauty
"I can't believe how cheap the bills are, I don't feel it anymore!"

watch video

Efficacité des campagnes de marketing - Changement de page d'atterrissage

Du 17 au 31 janvier 2014

Visites	113
Temps moyen passé sur le site	00:01:00
Pages/Visite	1.66
Obtenir un devis Visité	10
% de visites pour cliquer sur une citation	8.85%

Du 15 au 28 février 2014

Visites	10
Temps moyen passé sur le site	00:02:34
Pages/Visite	2.20
Obtenir un devis Visité	8
% de visites pour cliquer sur une citation	80.00%

Du 14 au 25 Mars 2014

Visites	0
Temps moyen passé sur le site	0
Pages/Visite	0
Obtenir un devis Visité	0
% de visites pour cliquer sur une citation	0

Du 1 au 14 février 2014

Visites	64
Temps moyen passé sur le site	00:01:56
Pages/Visite	2.19
Obtenir un devis Visité	45
% de visiteurs ayant cliqué sur une citation	70.31%

Du 1 au 13 mars 2014

Visites	4
Temps moyen passé sur le site	00:07:48
Pages/Visite	1.25
Obtenir un devis Visité	3
% de visites pour cliquer sur une citation	75.00%

The screenshot shows the xln card processing website. At the top, there's a navigation bar with links for Home, Solutions, Support, About XLN, and Accessories. Below this is a main banner featuring a woman at a counter with a card machine. The banner includes the text "No terminal rental for 3 months*" and "Terminals from just £14/month". To the right of the banner is a "contact us" section with buttons for "get a quote", "call me back", and "chat online". Below the banner, there are two FAQ-style sections: "Looking to switch card machine provider and credit card processing?" and "Why should I switch to XLN?". The second section includes a testimonial from Sherin Tyrell, a "watch video" button, and logos for Mastercard, Visa, and American Express. At the bottom, there are three product categories: "Counter top", "Portable", and "Mobile", each with a list of features and a "Start my order" button. A large circular badge on the right says "OFFER ENDS 15th MARCH DONT MISS OUT".

Efficacité des campagnes de marketing Page d'atterrissage Obtenir un devis

Du 17 au 31 janvier 2014	
Visites	473
Temps moyen passé sur la page	00:01:33
Pages/Visite	2.05
Obtenir un devis Complété	6
% de visites en prospects	1.26%

Du 1 au 14 février 2014	
Visites	598
Temps moyen passé sur le site	00:01:11
Pages/Visite	1.74
Obtenir un devis Complété	6
Pourcentage de visites qui aboutissent à des leads	1.00%

Du 15 au 28 février 2014	
Visites	269
Temps moyen passé sur le site	00:01:08
Pages/Visite	1.73
Obtenir un devis Complété	2
Pourcentage de visites qui aboutissent à des leads	0.74%

Du 1 au 13 mars 2014	
Visites	171
Temps moyen passé sur le site	00:01:10
Pages/Visite	1.71
Obtenir un devis Complété	0
Pourcentage de visites qui aboutissent à des leads	0%

Du 14 au 25 mars 2014	
Visites	159
Temps moyen passé sur le site	00:01:20
Pages/Visite	1.60
Obtenir un devis Complété	0
Pourcentage de visites qui aboutissent à des leads	0%

Get a quote

Find out how much you could save on your card machine provider

1 Please fill in your details

First name:

Last name:

Business name:

Contact telephone no:

Post code:

Your existing provider:

[get my quote](#)

or Call for a direct quote
0808 252 5862



Mesure de la performance des ventes pour les prospects qualifiés par courriel/en ligne (SQL)

Rapport gains/pertes : 1:1.7 Qualifier le traitement des objections de vente
 Taux de suivi des contacts : 29% Qualifier les activités de suivi des ventes

Leads qualifiés pour la vente (SQL)	%	Nombre	%
Total SQL	100%	1,007	
Opportunité de gain (ventes réalisées)	26.61%	268	
Opportunité retardée (SQL en attente)	29.00%	292	
Rappeler	16.29%	164	56.2%
Inatteignable	11.32%	114	39.0%
CED Non vérifié/ >5 mois à venir	1.39%	14	4.8%
Occasion perdue (SQL disqualifié)	44.39%	447	
Non intéressé/obligatoire	13.21%	133	29.8%
Je souhaite simplement obtenir des informations	10.63%	107	23.9%
Meilleure offre	6.06%	61	13.6%
Durée du contrat	3.87%	39	8.7%
Fermeture automatique	3.57%	36	8.1%
Contrat en double	3.57%	36	8.1%
Fidélité au fournisseur actuel	1.09%	11	2.5%
Coordonnées incorrectes	0.79%	8	2.7%
Créances irrécouvrables	0.60%	6	1.3%
Délai d'exécution trop long	0.50%	5	1.1%
Mauvaise expérience	0.30%	3	0.7%
Client existant	0.10%	1	0.2%
Frais d'annulation du SP	0.10%	1	0.2%

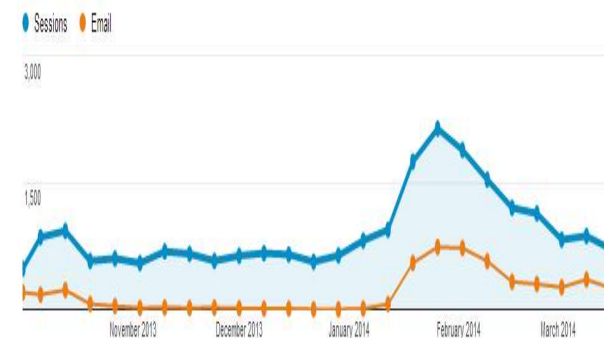
Effets de la Campagne d'e-mail de la CPS sur le trafic web global

Le nombre de visites a presque doublé au cours de la période couverte par la campagne de courrier électronique de la SCP, soit une **amélioration de 90 % par rapport à la période précédente.**

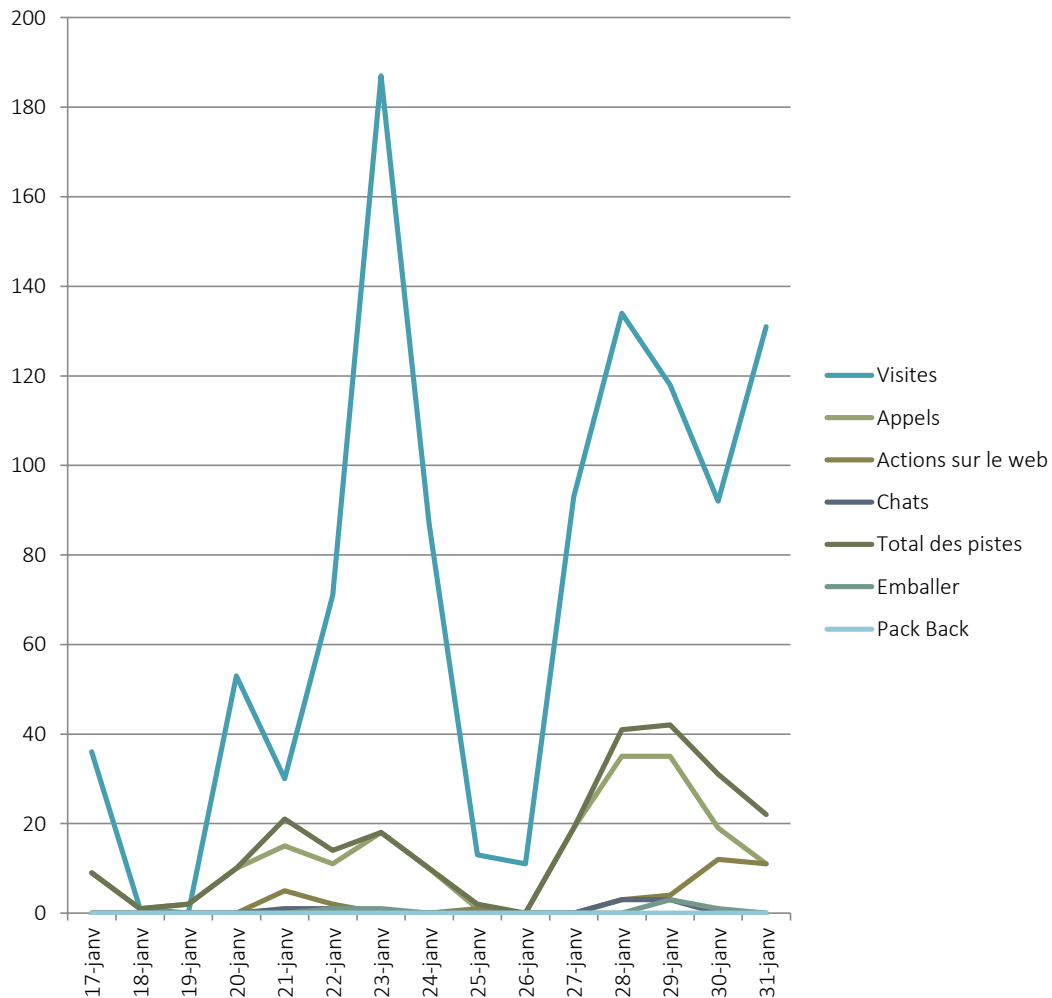
Le graphique ci-dessous montre l'impact direct des courriels sur les visites du site de la CPS.

La recherche organique a également connu une amélioration considérable au cours de la campagne, avec une **hausse de 189 %**. Ces recherches supplémentaires auraient été induites par les campagnes de courrier électronique de la CPS.

Globalement, le **nombre total de visites pour la période est de 12 293 contre 6 445 pour la période précédente.**



Des leads et des ventes générées quotidiennement



Résultats intermédiaires 27 Jan à 10 Feb 2014

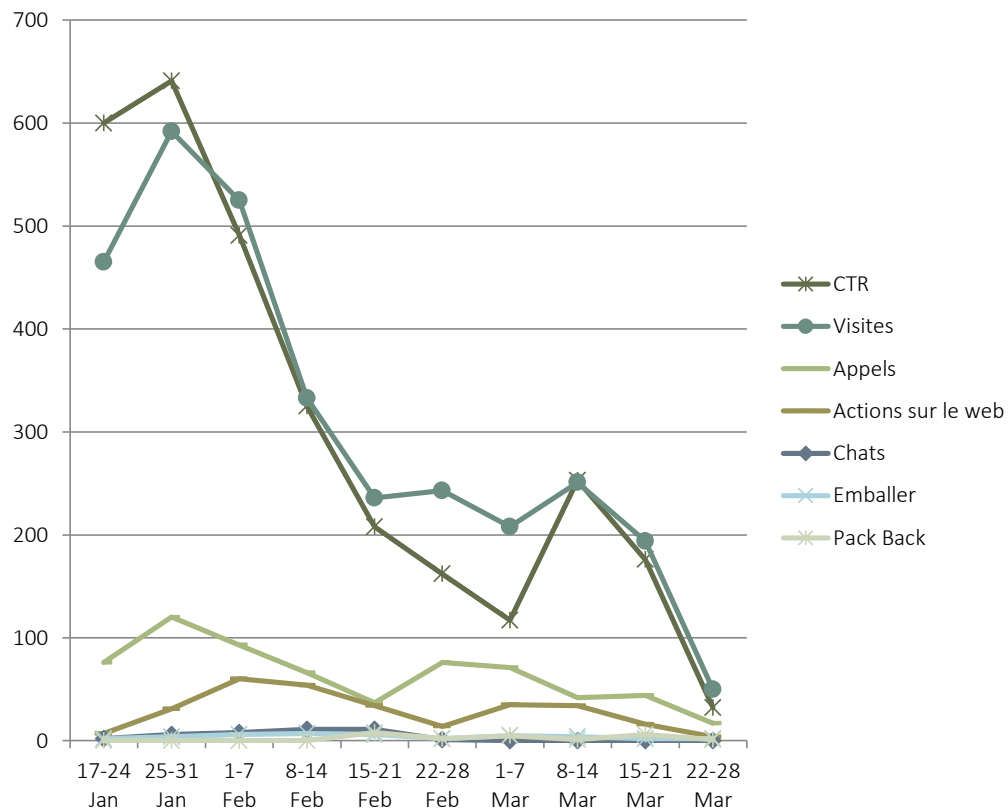
	Réalisations			Cible
	Total	Perspectives	Clients	
Envoyé	342,385	260,899	81,486	
Coût	£993	£757	£236	
Rebonds	13,652	11,454	2,198	
Livré	328,763	249,475	79,288	
Taux de livraison	96.02%	95.62%	97.30%	85.00%
Désabonnements	3,049	2,975	74	
Taux de désabonnement	0.93%	1.19%	0.09%	
Ouvertures	65,670	39,471	26,199	
Ouvertures uniques	51,363	31,575	19,788	
CTOR	15.62%	12.66%	24.96%	10.00%
Clics uniques	1,591	778	813	
CTR	0.48%	0.31%	1.03%	0.30%
Pistes de vente	323	128	195	
CPL	£3.07	5.91	1.21	
CTR - Taux de prospects	15.21%	16.45%	23.98%	5.00%
Emballer après l'email	14	4	10	
Taux de sortie de l'emballage	4.33%	3.12%	5.13%	1.00%
Emballer après avoir envoyé un courriel et effectué d'autres recherches	48	8	40	
Taux d'abandon en cours de route	14.86%	6.25%	20.51%	1.00%

Leads hebdomadaires, CPL et subscriptions (17 Jan - 26 Mar)

	Coût	Les prospects qualifiés (MQL)					Leads qualifiées pour la vente (SQL)					Vente			
Date	Coûts	Envoi d'un courrier électronique	CTOR	CTR	Visites	Coût par CTR	Appels	Actions sur le web	Chats	Total des pistes de vente	Coût par piste de vente	Emballer	Pack Back	Coût par emballage	Conversion du plomb en paquet
17-24 janvier	£316.25	104,209	17,628	600	465	£0.53	76	7	2	85	£3.76	2	0	£158.13	2.38%
25-31 janvier	£326.94	107,748	21,360	641	592	£0.27	120	31	6	157	£2.08	4	0	£81.74	2.55%
1-7 février	£422.32	141,448	17,116	491	525	£0.86	93	60	8	161	£2.62	6	0	£70.39	3.73%
8-14 février	£237.21	81,223	12,236	325	333	£0.73	66	54	11	131	£1.81	7	0	£33.89	5.34%
15-21 février	£228.08	78,854	8,862	208	236	£1.09	37	34	11	82	£2.78	6	8	£38.02	7.32%
22-28 février	£211.56	71,595	5,863	162	243	£1.31	76	14	1	91	£2.32	2	2	£105.78	2.20%
1-7 mars	£198.35	67,784	2,875	117	208	£1.70	71	35	0	106	£1.87	5	5	£39.67	4.72%
8-14 mars	£224.03	76,826	9,605	253	251	£0.89	42	34	0	76	£2.95	4	1	£56.01	5.26%
15-21 mars	£55.58	19,058	7,087	176	194	£0.32	44	16	0	60	£0.93	2	6	£27.79	3.33%
22-28 mars	£26.63	9,120	2,869	32	50	£0.83	17	4	0	21	£1.27	2	1	£13.32	9.52%
Total	£2,246.94	757,365	105,501	3,005	3,097	£0.75	642	289	39	969	£2.32	40	23	£56.17	4.13%
		100%	13.93%	0.40%	0.41%		66.25%	29.82%	4.02%	100%		100%	57.50%		

Campagne de marketing par courriel de la SCP

Résultats finaux (17th janvier au 30th avril 2014)



	Réalisations			Cible
	Total	Perspectives	Clients	
Envoyé	805,571	611,787	193,784	
Coût	£2,336	£1,774	£562	
Rebonds	24,241	13,002	11,239	
Délivré	787,872	598,827	189,045	
Taux de délivrabilité	97.80%	97.88%	97.55%	85.00%
Désabonnements	5,420	5,200	220	
Taux de désabonnement	0.69%	0.87%	0.12%	
Ouvertures	136,331	80,752	55,579	
Ouvertures uniques	108,857	66,333	42,524	
CTOR	13.82%	11.08%	22.49%	10.00%
Clics uniques	3,082	1,390	1,692	
CTR	0.39%	0.23%	0.90%	0.30%
Pistes de vente	874	226	648	
CPL	£2.67	£7.85	£0.87	
Taux CTR-SQL	28.35%	16.27%	38.29%	5.00%
Emballer après l'email	82	8	74	
Taux de sortie de l'emballage	9.38%	3.54%	11.42%	1.00%
Emballer après avoir envoyé un courriel et effectué d'autres recherches	131	33	98	
Taux d'abandon en cours de route	14.99%	14.60%	15.12%	1.00%
CLV (Pack Out*)	£57,636.10	£16,663.30	£40,972.80	
Av. CLV par paquet sorti*	£439.97	£504.95	£418.09	
ROMI % (Pack Out*)	2,467%	939%	7,290%	
	1:24.7	1:9.4	1:72.9	

(*) Contrat de 48 mois

Campagne de courrier électronique de la SCP

Analyse en direct du % ROMI et du CVP

Valeur à vie du client <small>(contrat de 48 mois)</small>	Prospects			Clients			Total			Valeur moyenne de la durée de vie du client par paquet		
	MSC CLV	nbr	CLV%	MSC CLV	nbr	CLV%	MSC CLV	nbr	CLV%	Perspectives	Clients	%var. (P-C)/P
Total Pack Out	£ 16,663.30	33	100%	£ 40,972.80	98	100%	£ 57,636.10	131	100%	£ 504.95	£ 418.09	+17.2%
Pack Back (Live)	£ 4,724.26	10	28%	£ 14,011.20	35	34%	£ 18,735.46	45	33%	£ 472.43	£ 400.32	+15.3%
Paquet en attente	£ 3,168.00	6	19%	£ 9,536.16	23	23%	£ 12,704.16	29	22%	£ 528.00	£ 414.62	+21.5%
Passerelle approuvée	£ 1,681.44	3	10%	£ 4,581.60	11	11%	£ 6,263.04	14	11%	£ 560.48	£ 416.51	+27.3%
Provisionnement en attente	£ 1,486.56	3	9%	£ 3,220.80	8	8%	£ 4,707.36	11	8%	£ 495.52	£ 402.60	+16.6%
Passerelle rejetée		0	0%	£ 1,182.24	2	3%	£ 1,182.24	2	2%		£ 591.12	
Passerelle exceptionnelle		0	0%	£ 348.00	1	1%	£ 348.00	1	1%		£ 348.00	
Dans Provisioning		0	0%	£ 203.52	1	0%	£ 203.52	1	0%		£ 203.52	
Mort prématurée (Annulation)	£ 8,771.04	17	53%	£ 17,425.44	40	43%	£ 26,196.48	57	45%	£ 515.94	£ 435.64	+15.2%

	Prospects	Clients	Total
CLV Live	£4 724,26	£14 011,20	£18 735,46
Coût de l'e-mail	£1 774	£562	£2 336
Live ROMI % <small>(CLV Live/Coût du courriel x 100)</small>	266% 1:2,7	2,493% 1:24,9	802% 1:8

Merci

Q&A (Questions-Réponses)



39

*“Si on peut le quantifier,
on pourra y faire face
ensemble.”*



Samuel P. Châtelain

S.P. CHATELAIN LTD
Votre succès est notre priorité
Travaillons ensemble ?

Scannez ce QR CODE



V K A R D . I O