

Bic Graphic Europe: Envío de campañas internacionales a múltiples idiomas.

Jordi Puig Uriz, Director Comercial, Experian CheethaMail.

Mayo de 2009

Bic Graphic Europe es una unidad de negocio de BIC dedicada al regalo promocional. Desde la central en Tarragona, envían comunicaciones a través del email a toda su red de distribuidores europeos. Nuestro objetivo como partners en la gestión de su email marketing era ayudarles a ejecutar de forma más sencilla y eficiente sus comunicaciones, teniendo en cuenta las particularidades de su negocio.

Situación inicial

Bic Graphic Europe envía regularmente comunicaciones vía email a su red de distribuidores europeos. Las comunicaciones varían según tres criterios: tipo de distribuidor, idioma y país de residencia, a lo que se añaden los diferentes sets de caracteres según el idioma y los diferentes sistemas monetarios. Todas estas variables juntas hacen que haya más de 100 versiones diferentes de cada comunicación. Hasta ahora se hacían una a una, lo que supone un gasto enorme de tiempo en preparación y gestión de cada versión.

Acciones realizadas

Experian CheetahMail trabajó con Bic Graphic Europe para implementar un sistema de personalización que permitiese gestionar con mucha más sencillez campañas de esta complejidad. Ahora mismo, se ejecuta una sólo campaña, que produce hasta las 100 versiones distintas de forma automática. Además, la solución utilizada permite aún más posibilidades de personalización y segmentación del mensaje, por lo que es escalable a más requerimientos del cliente. Entre otras cosas, el remitente del email se personaliza para que figure el nombre del responsable de la cuenta de cada distribuidor.

Conclusiones

El trabajo de Experian CheetahMail permitió a Bic Graphic Europe un ahorro considerable de tiempo y esfuerzos, automatizando una tarea que anteriormente se realizaba a mano. También se mejoraron los flujos de trabajo, posibilitando un mayor feedback en la realización de cada creatividad. La ganancia en tiempo se reinvierte en los esfuerzos de marketing de la empresa, lo que permite aumentar la calidad del trabajo.

PRACTITIONER WEB ANALYTICS

Antes:

Los emails para cada país se crean individualmente:

- Textos
- HTML
- Gestión de envío
- Sin personalización
- Entre 17 y 100 versiones



Después:

Un solo HTML para todos los envíos, con condicionantes IF que determinan qué versión recibe cada distribuidor.

Tratamiento en la BBDD para diferenciación de los mensajes (texto, charset, moneda...).

Un ahorro de tiempo en la fase de preparación que permite introducir mejoras a nivel de marketing: Por ejemplo, personalización del remitente según el responsable de cuenta asignado al distribuidor.



Ahorro de tiempo

Mayor reflexión de marketing

Mejores resultados

Aumento del ROI