



## Cas client

### Comment le logiciel d'e-mailing Sarbacane 3 permet à la MAE de rester en contact avec ses adhérents

Hem, le 29 septembre 2009 – La MAE, Société d'Assurance Mutuelle à cotisations variables, fait confiance au logiciel Sarbacane 3, développée par la société GOTO Software, afin de rester en contact avec ses adhérents au quotidien.

#### La communication directe comme relais d'information



Forte de son histoire et de ses différences, la MAE développe depuis plus de 75 ans des solutions d'assurance spécifiques destinées aux enfants pour permettre à chaque famille d'être égale face aux conséquences d'un accident. Aujourd'hui, la MAE accompagne les enfants à chaque étape de leur vie, dès leur naissance et jusqu'à leur entrée dans la vie active. Et comme la bonne protection des enfants passe aussi par celle de leur foyer, la MAE propose également des couvertures complètes pour la famille et l'habitation.

Face à ces nouvelles activités et à une concurrence accrue, le leader de l'assurance scolaire en France a dû déployer de nouvelles formes de communication afin de garder le lien étroit qu'elle entretient avec ses adhérents. La communication directe par la voie de l'e-mailing a été le moyen principal choisi.

**Angèle Cresci, Chef de Projet Multimédia du Pôle Communication de la MAE** explique : « *Rester en contact permanent avec nos adhérents, leur proposer de nouveaux services ou les relancer sur leur adhésion sont les problématiques de communication que nous rencontrons. Le logiciel Sarbacane nous permet de les contacter tout au long de l'année en fonction de notre Plan d'Actions Commerciales, et ceci à moindre coût, et grâce à un outil convivial qui permet de créer des campagnes d'e-mailing et de les analyser très rapidement et facilement !* »

#### Une personnalisation des campagnes et une deliverabilité accrues

##### Les règles de substitutions

Mais face à la surabondance des e-mailings reçus par les internautes, il est crucial de se démarquer en ayant l'opportunité d'utiliser un logiciel qui permette de s'adresser à ses clients de façon personnalisée. C'est la méthode qu'utilise la MAE grâce aux règles de substitutions intégrées dans le logiciel Sarbacane 3. Lors de sa dernière campagne de renouvellement, cette entreprise s'est ainsi adressée nominativement et en fonction du numéro de chaque adhérent. Cette technique répond à une double problématique : générer une étroite relation entre la marque et le client qui se sent estimé de ne pas être confondu avec l'ensemble des autres adhérents, mais aussi une astuce pour contourner les professionnels du spam, et plus précisément du Phishing.

Si vous ne visualisez pas correctement ce message, [cliquez ici](#)

**AVIS DE RENOUELEMENT MAE**  
La protection de votre enfant est essentielle

[Titre] [NOM],

C'est la rentrée et sauf erreur de notre part, vous n'avez pas encore renouvelé votre assurance scolaire pour l'année 2009/2010.

Votre code adhérent  
[CODE]

**adhérez en ligne sur [www.mae.fr](http://www.mae.fr)**   
Recevez immédiatement votre attestation d'assurance par email.

**assurances scolaire & extra-scolaire**  
2009-2010



Pour tout renseignement ou pour adhérer par téléphone, appelez le **0 820 000 070**  
du lundi au vendredi de 9h30 à 19h et le samedi de 9h30 à 17h.  
(0124ETT/CM/N)

Qui aime bien, protège bien

Si vous avez récemment renouvelé votre adhésion à la MAE, veuillez ne pas tenir compte de ce message | [Mentions Sociales](#)

Si vous désirez ne plus recevoir de message de la MAE, [cliquez ici](#)



## **Le SRP**

Par ailleurs, la MAE a souscrit à un Pack Premium 100 avec l'option de SRP (Service de Routage Professionnel) que propose Sarbacane 3. Les campagnes sont ainsi modérées et validées par les équipes de Sarbacane, et l'entreprise émettrice est ainsi assurée de la deliverabilité de ses messages et certaine que ces derniers ne soient pas considérés comme du courrier indésirable.

**Mathieu Tarnus, Directeur Marketing de Sarbacane** renforce ces idées : « *La délivrabilité des campagnes est devenue la problématique majeure pour les annonceurs. Les politiques anti-spam ainsi que les restrictions mises en place par les fournisseurs d'accès Internet et services webmails se renforcent sans cesse. En nous confiant le routage des campagnes, nos clients bénéficient de nos relations privilégiées avec les fournisseurs ainsi que de notre grande expérience dans l'acheminement de courriers électroniques. L'enjeu est de taille, il n'est pas rare de faire gagner à nos clients 20% de taux d'aboutissement des e-mails dans la boîte de leurs destinataires.* »

### **Un taux d'ouverture au dessus de la moyenne**

Sarbacane 3 a permis à la MAE de renforcer sa prise de parole auprès de ses adhérents. Le suivi comportemental, une des fonctionnalités clé du logiciel, a analysé le bon rendement des campagnes avec un taux d'ouverture de 30 %. Un chiffre qui place la MAE bien au-delà de la tendance du marché qui, selon plusieurs sources, est estimée à 13 % environ ...

La deliverabilité est devenue un enjeu majeur sur le marché de l'e-mailing. Du taux d'ouverture dépendra la réussite d'une campagne. Il est donc important de privilégier une communication personnalisée et ciblée comme la conçoit la MAE à travers Sarbacane 3.



Plus d'informations sur cette solution : [www.sarbacane.com](http://www.sarbacane.com)

### **A Propos de Sarbacane Software :**

Sarbacane Software est une entité du groupe GOTO Software.

Créée en 2001 à l'occasion du lancement de la première version du logiciel Sarbacane, Sarbacane Software est devenu un acteur majeur du marché de l'e-mailing en France avec plus de 12 000 clients utilisateurs de ses solutions.

Simplicité, confort d'utilisation et intuitivité sont des termes qui caractérisent les logiciels Sarbacane.

Sarbacane 3, lancé en mars 2008, a été adopté par 3 500 clients, dont 40 % d'entre eux utilisent la nouvelle infrastructure de routage, le SRP.

En 2009, Sarbacane Software a enrichi son offre en lançant un studio graphique, Sarbacane Studio, afin d'aider ses clients à composer des messages plus dynamiques.

### **A Propos de la MAE :**

Née par des enseignants en 1932 et aujourd'hui toujours dirigée par eux, la MAE a toujours vécu et grandit aux côtés de ses adhérents, sans jamais s'écarter de ses valeurs mutualistes, humanistes et de solidarité au service des enfants et de leurs familles.

Son attachement à l'enfant, son lien avec l'école, son histoire souvent partagée avec celle de nombreux parents, a permis à la MAE de tisser un lien et de devenir le partenaire de confiance de plus de 2 millions de familles, l'assureur de plus de 3 millions d'enfants.

La MAE connaît bien les risques auxquels les enfants sont exposés, c'est pour cela qu'elle propose des contrats adaptés à l'enfant et à sa famille. Elle sait aussi que la meilleure façon de les éviter est de les prévenir. Ainsi, depuis plus de 15 ans, la MAE est aussi un acteur majeur en termes de prévention dans les écoles. Elle organise de nombreuses actions et conçoit pour les enseignants des outils pédagogiques permettant d'organiser des séances de travail en classe avec leurs élèves.

### **Contact presse**

Benoît RENART

+33 (0) 328 328 328 poste 236

[brenart@goto.fr](mailto:brenart@goto.fr)