

spot hit Magazine

#11



On en parle

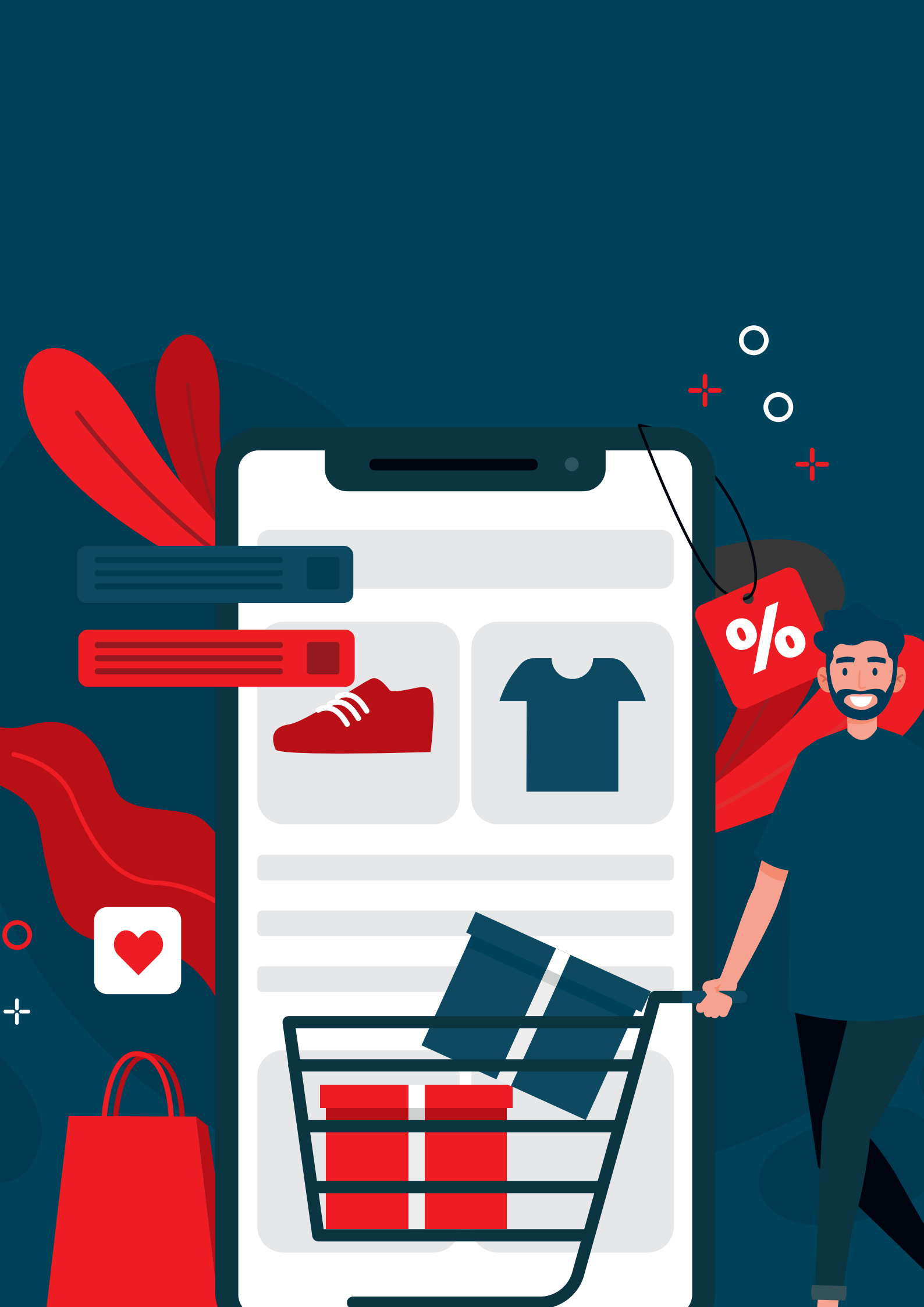
Le déploiement de la 5G
Son impact dans le marketing

Zoom sur

Les rapports de campagne
Analysez l'efficacité de vos campagnes

Dossier

Le " Black Friday "
Tout ce qu'il faut savoir



Édito

Bienvenue

Bonjour !

Nouveau numéro du magazine Spot-Hit pour vous accompagner dans cette fin d'année riche en événements marketing. Vous retrouvez les sujets suivants :

- La 5G et son impact dans le marketing
- L'enrichissement de vos rapports de campagne : SMS, MMS, Vocal, Emails...
- Les nouvelles fonctionnalités de la plateforme
- Le témoignage du réseau Iziwork

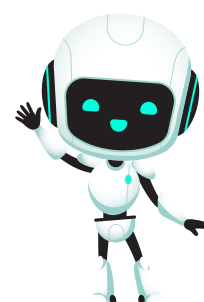
Vous découvrirez également, au cœur de cette édition, un dossier exclusif sur le Black Friday pour tout savoir sur cet événement.

Le mot de la direction

Il reste bien une petite place sur votre bureau... 😊

Retour de la version papier du magazine qui nous espérons trouvera sa place sur votre bureau ou même dans votre salon. Nous vous partageons des ondes positives pour terminer cette année 2021 et construire 2022 (pour les plus avancés) en vous accompagnant dans le déploiement de vos stratégies de marketing multicanal.

"Ce qui t'attend est bien plus merveilleux que ce qui est derrière toi". Eileen Caddy



On en parle

La 5G et son impact dans le marketing

PRÉSENTATION DE LA 5G

Arrivée il y a quelques mois, la 5G continue son expansion sur l'hexagone. La 5G est la cinquième génération de réseaux mobiles, celle qui succède à la 2G, 3G et 4G. Il s'agit donc d'une évolution technologique basée sur des fréquences différentes et plus nombreuses afin de permettre une montée en débit significative. Dans un monde de plus en plus connecté où le numérique est omniprésent dans notre quotidien, elle a également été déployée pour faire face à la potentielle saturation des réseaux 4G prévue pour 2022 et répondre aux évolutions technologiques de demain.

DE NOUVEAUX USAGES ET OPPORTUNITÉS

Cette technologie va permettre progressivement de faire émerger de nouveaux usages : la télémédecine, les véhicules intelligents, le développement des objets connectés, la réalité virtuelle ou encore la réalité augmentée... Du point de vue marketing bien entendu, les opportunités sont nombreuses, nous vous présentons 5 impacts sur le marketing et l'expérience client :

- Accélération du traitement des données : la vitesse de chargement, de téléchargement d'envoi sera de 3 à 4 fois plus rapide, jusqu'à 20 Gbps (pour les spécialistes).
- Amélioration de la géolocalisation : permettant au spécialiste du marketing d'adresser du contenu personnalisé et du ciblage publicitaire en temps réel.
- Omniprésence de contenus vidéos : l'échange de contenu vidéo HD, ne prendra plus que quelques secondes, va devenir un moyen de communication de référence entre le consommateur et les marques.
- Développement de nouvelles expériences d'achat grâce aux interactions entre la réalité augmentée (AR) et la réalité virtuelle (VR). Un exemple concret ? Le consommateur pourra essayer directement chez lui des vêtements et finaliser l'acte d'achat en quelques minutes.
- Développement de l'internet of things (IoT) : de nombreux périphériques pourront se connecter et renvoyer des informations, favorisant la connaissance des utilisateurs, la segmentation, la personnalisation des communications via de nouveaux canaux.



UN SUJET CONTESTÉ

Le déploiement de la 5G est un sujet qui fait l'objet de contestations freinant ainsi le développement de cette technologie.



Côté santé, faut-il craindre des dangers pour la santé ?

Depuis de nombreuses années, les chercheurs s'interrogent sur les effets des ondes électromagnétiques sur la santé sans jusqu'à présent parvenir à s'accorder sur une éventuelle nocivité. A en croire la science, la 5G ne représente donc pas, jusqu'à preuve du contraire, un danger pour la santé.



Côté environnement, le constat est plus clair.

La 5G va nous obliger à nous équiper d'appareils compatibles. Que vont devenir alors les millions de smartphones ?

Quant à la flambée de consommation de données mobiles, elle alourdit la facture énergétique, même s'il ne faut pas oublier qu'à consommation de données équivalentes, elle aura une meilleure efficacité énergétique que la 4G, car elle a été conçue pour minimiser la consommation d'énergie.

Conclusion

Cette technologie bien que déjà déployée n'en est encore qu'à ses prémices.

La 5G présente de nombreux avantages et est un véritable levier de croissance pour certains usages et opportunités, particulièrement dans le marketing. Cependant il est important que nous (utilisateurs lambdas) cultivions une certaine capacité de déconnexion ou de ne pas se jeter tout de suite sur le nouveau smartphone dernier cri si le nôtre est en état marche et nous convient très bien. Du bon sens en somme !



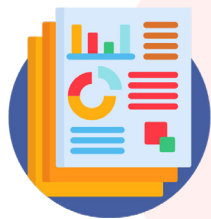
Zoom sur

Les nouveaux rapports de campagne

Nous continuons l'enrichissement de la plateforme, et vous proposons de découvrir dans cet article les nouveaux rapports de campagne. Découvrez des statistiques détaillées et faciles à lire, comprenant de nouvelles données qui vous permettront d'analyser en détail les résultats de vos envois et d'optimiser vos prochaines actions de communication.

À la fin de chaque campagne, vous retrouvez automatiquement sur votre compte un rapport statistiques de votre campagne. Pour le consulter, il vous suffit de cliquer sur l'onglet « ENVOIS » puis « Envois effectués » dans le menu. Sélectionnez ensuite la campagne de votre choix, et consultez votre rapport de campagne.

On vous explique en détail ci-dessous, ce que vous y retrouverez :



RAPPORTS DE CAMPAGNE SMS, MMS ET VOCAL

Nous avons organisé les rapports pour que vous puissiez retrouver en un clin d'œil (ou quelques clics) l'ensemble des informations importantes.

Bien entendu, selon le canal et le type de campagne que vous avez envoyé, vous ne retrouverez pas les mêmes informations et indicateurs mais la structure reste la même : 1 rapport (téléchargeable en PDF si vous le souhaitez), des onglets avec des informations générales ou détaillées.

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Vous pouvez tout d'abord retrouver les performances générales (indicateurs) et les informations spécifiques de votre campagne : taux de délivrabilité, taux de désinscription...

Le taux de désinscription est un indicateur intéressant pour apprécier l'efficacité de votre message. Une campagne SMS ou MMS avec un taux de désinscription faible reflète généralement une action de communication réussie ! Plusieurs raisons peuvent expliquer un taux de désinscription important : son contenu, le moment de l'envoi, la liste de destinataires...



STATUTS

Dans cet onglet, vous retrouvez les principaux statuts de vos messages.

Pour une campagne SMS

livrés envoyés en cours en attente expirés échecs

A noter que vous disposez de la description, vous expliquant en détail la définition de ces statuts.

Description des statuts

Livrés	Le SMS a bien été livré sur un mobile allumé. Avec 95% de taux de lecture moyen (étude Médiamétrie AFMM), il est fort probable qu'il soit également lu par le destinataire dans les minutes qui suivent la réception.
Envoyés	Le SMS a bien été envoyé sur un numéro valide, mais le mobile est pour l'instant injoignable (éteint, pas de réseau, SIM pleine...). Durant 48h, les opérateurs essaient de livrer à nouveau le SMS sur le mobile. Si ce dernier reste injoignable après ce délai, le statut se transformera en « expiré ».
En cours	Le SMS est en cours d'envoi, ce statut évoluera rapidement.
En attente	Le SMS est en attente d'envoi, généralement il concerne une campagne programmée.
Expirés	Le SMS a expiré, car le mobile du destinataire reste injoignable après 48h. Le numéro de téléphone est annoncé valide par les opérateurs, si le mobile est de nouveau joignable lors des prochaines campagnes le SMS sera correctement reçu.
Échecs	Le SMS n'a pas pu être délivré, car le numéro est annoncé inaccessible par les opérateurs.

Pour une campagne de Vocal

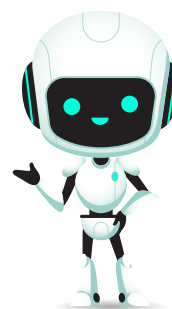
livrés en cours en attentes échecs

Description des statuts

Livrés	Le message vocal a bien été livré sur le répondeur du destinataire.
En cours	Le destinataire a décroché et le message vocal a bien commencé sa diffusion. Si vous avez coché l'option « détection du répondeur », ce statut concerne également un dépôt du message vocal sur le répondeur du destinataire.
En attente	Le message vocal est en cours d'envoi, ce statut évoluera rapidement.
Échecs	Le message vocal n'a pas pu être délivré. Les causes fréquentes : - Le répondeur n'a pas été détecté ou est désactivé - Le répondeur est plein et n'accepte plus de message - Le numéro n'est plus valide

Vous pouvez également à travers le tableau des statuts, **filtrer** ou **isoler** certains statuts.

Le conseil de SPOT : Isolez les adresses que vous souhaitez. Cette fonctionnalité, très utile et appréciée, vous permet de vous concentrer sur certaines actions : relance de clients réactifs à vos messages, exclusion de clients aux coordonnées désuètes.



STOPS

Découvrez ici la liste des personnes qui ont répondu STOP à votre campagne et ont exprimé le souhait de ne plus être contactées. Notre plateforme gère automatiquement le "STOP", c'est-à-dire que chaque numéro ayant envoyé cette demande est placé en liste d'exclusion et ne pourra donc plus être utilisé lors de vos prochaines campagnes.



Le "STOP SMS" est une mention obligatoire à insérer dans votre message qui répond aux normes de la CNIL.

RAPPORTS DE CAMPAGNE EMAILS

Le canal email intègre un peu plus d'informations, car plus riche en interactions. La structure est identique aux autres rapports mais enrichie d'autres indicateurs spécifiques que nous vous détaillons ci-dessous :

Informations générales

Statuts

Erreurs

Interactions

Désinscriptions



INFORMATIONS GÉNÉRALES

Découvrez une vue globale des performances de vos campagnes.

Taux de délivrabilité proportion d'emails qui sont arrivés dans la boîte de messagerie de vos destinataires.

Taux d'ouverture proportion d'emails qui ont été ouverts.

Taux de clic proportion de destinataires qui ont cliqué sur au moins un lien dans votre emailing.

Taux de désinscription proportion de contacts qui se désabonnent de votre newsletter.

STATUTS

Retrouvez tous les statuts et leurs explications :

cliqués

ouverts

envoyés

en attente

erreurs temporaires

erreurs permanentes

bloqués

ERREURS

Dans cet onglet, vous pouvez analyser la nature des erreurs regroupées en deux types catégories :

les erreurs temporaires

et

les erreurs permanentes

Les **erreurs temporaires** sont liées, comme son nom l'indique, à un problème passager, par exemple une boîte de réception pleine. Ces erreurs n'empêcheront pas vos contacts de recevoir vos prochaines campagnes.

Les **erreurs permanentes**, elles, sont par exemple liées à une boîte de réception non valide ou inactive. Pour gagner en efficacité, vous pouvez maintenant les exclure de votre liste de contacts.

Comment faire ? La réponse en page suivante



- ENVOIS
 - Envois programmés
 - Envois effectués
 - Brouillons
 - Réponses
- CONTACTS
- CRÉATIONS
- MARKETING
- OUTILS
- ASSISTANCE

SMS

MMS

VOCAL

EMAIL

COURRIER

PROSPECTS

Campagne email : Rapports de campagne

Dupliquer cette campagne

Télécharger les destinataires

Télécharger le rapport

Général

Statuts

Erreurs

Interact

Statuts (données mises à jour le 13/10/2021 à 11:34)

Statut	Nombre
Cliqués	72
Ouverts	2 030
Envoyés	5 668
En attente	0
E. temp.	0
E. perm.	0
Bloqués	0

Livrés ?

99.1%

7 770

Accusés de réception 49

Rechercher un email...

Cliqué 72

Ouvert 2030

Envoyé 5668

En attente 0

Erreur temporaire 20

EMAIL	ENVOI	MISE À JOUR	STATUT
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:23	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:22	Erreur permanente
xxxxxx.xxxxxx@spot-hit.fr	17/09/2021 14:22	17/09/2021 14:23	Erreur permanente

Supprimer la campagne

The screenshot shows the Spot-Hit Marketing interface. At the top, there's a header with a house icon and 'SH' logo, and the text 'Spot-Hit Marketing Spot-Hit' with a 'XXXXXXX' placeholder. Below this, a 'Non livrés' (Not delivered) gauge shows 0.9% (70 out of 70). A section titled 'NATURE DES ERREURS' (Nature of errors) lists various error types like 'Boîte de réception non valide' and 'Boîte de réception inactive'. A red box highlights the 'Erreur permanente' (Permanent error) toggle, which is currently turned on and shows 49 errors. Another red box highlights the 'Exclure la sélection' (Exclude selection) button at the bottom of the error list.

Rendez-vous dans l'onglet « Statuts », sélectionnez seulement le bouton

1 Erreur permanente

Cliquez ensuite sur 2 Exclure la sélection

Et voilà, vous venez de rediriger tous ces adresses en liste d'exclusion et elles ne seront plus soumises à vos prochaines campagnes.

INTERACTIONS

Découvrez un rapport précis avec le nombre de clics sur les différents liens envoyés dans votre email ou les tops liens de votre template.

Cet indicateur vous permet de déterminer facilement si vos contenus sont attractifs pour le lecteur et de juger de l'efficacité de vos boutons d'appels à action.

DÉSINSCRIPTIONS

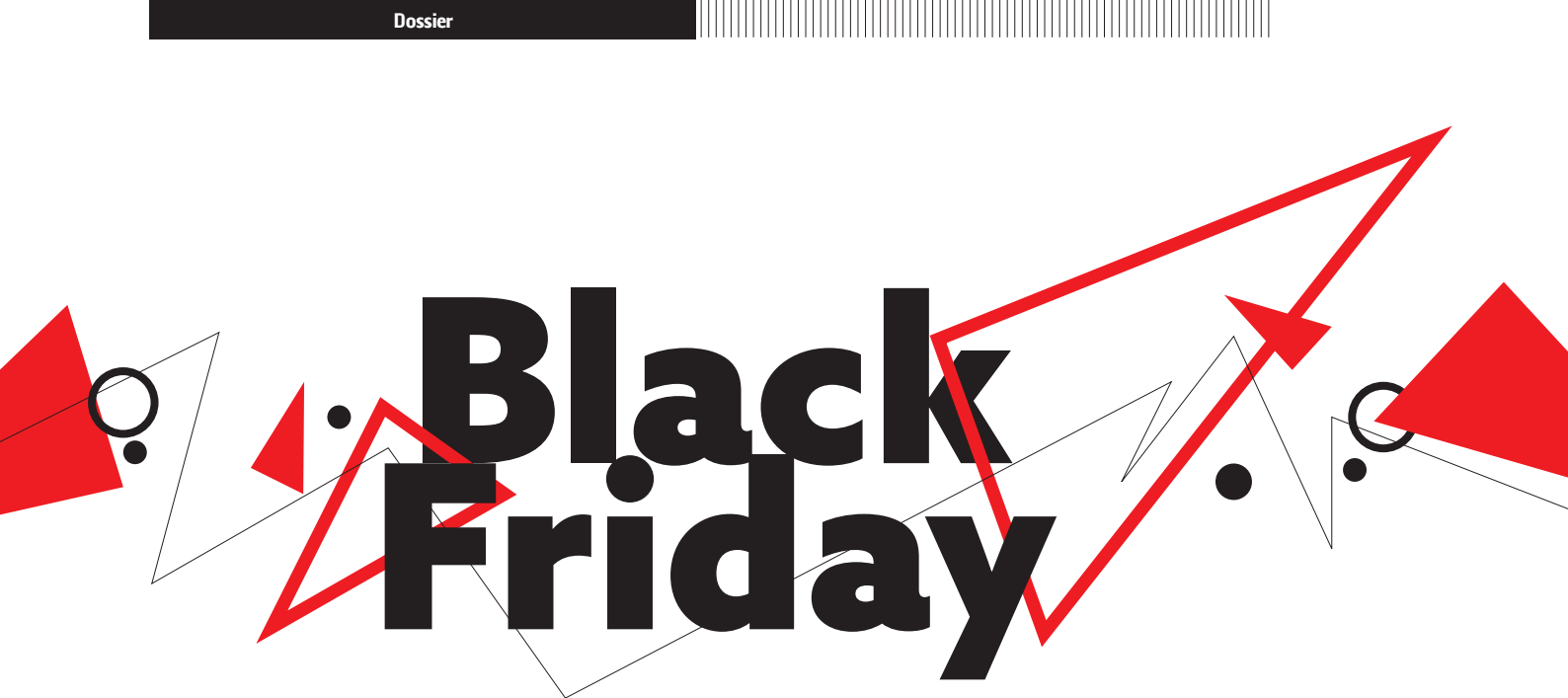
Retrouvez les contacts qui se sont désabonnés suite à l'envoi de votre email.

Bon à savoir

le lien de désinscription dans les emails marketing est également une mention obligatoire qui permet à vos contacts de se désabonner de votre newsletter et d'être effacés de la liste des destinataires lors de vos prochains envois.



Vous avez des questions sur ces nouveaux rapports ? L'équipe Spot-Hit est à votre disposition pour vous accompagner.



Black Friday

LE BLACK FRIDAY ARRIVE... TENEZ-VOUS PRÊTS ! RENDEZ-VOUS LE VENDREDI 26 NOVEMBRE 2021.

Originaire d'outre-Atlantique (Etats-Unis et Canada), le Black Friday que l'on peut traduire par Vendredi noir ou Vendredi fou, est un événement commercial d'une journée qui a lieu le vendredi suivant la traditionnelle fête de Thanksgiving. Ce jour marque traditionnellement l'ouverture de la période des achats des fêtes de fin d'année. Arrivé pour la première fois

en France dans les années 2010, l'engouement pour cet événement ne cesse d'augmenter chaque année.

Dans ce dossier, nous vous proposons de tout savoir sur cet événement, et de vous apporter conseils et bonnes pratiques à réaliser pour réussir ce temps fort commercial. C'est parti !



LE BLACK FRIDAY SÉDUIT DE PLUS EN PLUS D'ADEPTES

Aujourd'hui incontournable, l'événement est installé dans le calendrier marketing des marques et des consommateurs. S'il est autant apprécié par les Français, c'est avant tout parce qu'il leur permet de faire des économies. Près d'un tiers des consommateurs citent cet argument. Et à l'heure où de nombreux consommateurs sont prudents et fragilisés par une crise économique, beaucoup pourraient bien compter sur le Black Friday 2021 pour les aider à maîtriser leur budget. L'anticipation des achats de Noël et la possibilité de faire ses achats sans le stress de dernière minute sont également des facteurs expliquant la popularité de cette journée.

Mais ce temps fort commercial ne concerne-t-il que les grandes enseignes ou les géants du e-commerce ? Non, pas seulement !

Le Black Friday se démocratise de plus en plus et s'étend désormais à des secteurs d'activité variés (mode, high-tech, jeux vidéo, maison, cosmétique, voyage, sport...). Il s'ouvre désormais également aux PME et TPE, dans des activités on-line (en ligne, e-commerce) ou off-line (en magasin). Tout le monde peut donc tirer son épingle du jeu, au point qu'en France, il est sur le point de devenir l'un des événements commerciaux les plus attendus des consommateurs en cette fin d'année.

TOPS VENTES / CATÉGORIES DE PRODUITS

Tech

Beauté

Mode



Le Black Friday séduit donc de plus en plus de monde, mais il fait également face aujourd'hui à certaines controverses. Face à la multitude d'offres promotionnelles, l'évènement est assimilé à une invitation à de la surconsommation. De plus, les consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'impact social et/ou environnemental qui provient de leurs achats. Une consommation responsable et raisonnée apparaît aujourd'hui comme indispensable. Alors nous vous invitons à prendre en compte ces éléments dans la définition de votre stratégie autour de cette occasion pour ne pas diviser vos clients ou pour en profiter pour leur témoigner votre sensibilité sur le sujet...

Ex : si vous faites le choix de l'offre promotionnelle, valorisez votre filière de recyclage ou reprise de matériel usager

QUAND PARTICIPER AU BLACK FRIDAY ?

Officiellement, le Black Friday dure 24h et a lieu le quatrième vendredi de novembre, cette année : le vendredi 26 novembre 2021. En réalité aujourd'hui, l'évènement journalier s'est prolongé et les marques font profiter d'offres en avant-première et pendant les jours suivants "Black week" (semaine noire).

Face au succès croissant, les enseignes du web ont même créé le "Cyber Monday", qui se tient le lundi suivant le Black Friday, pour inciter leurs clients à réaliser leurs achats en ligne ce jour-là.

LE BLACK FRIDAY, UNE JOURNÉE DE TOUS LES RECORDS !



+ 247% de transactions pendant cette journée, par rapport au dernier vendredi d'octobre ("jour standard")



+ 11% des transactions entre l'édition 2020 (04 décembre) et celle de 2019 (29 novembre).

**Le Black Friday 2020 avait lieu le 4 décembre 2020 en raison de la crise de la COVID-19.*



+ 127% de vente en 2020 par rapport à la moyenne d'octobre.



1 français sur 3 voit le Black Friday comme un bon moyen de faire des économies et ses achats de Noël en avance (et sans stress !)



62% des français font des achats chaque année pour l'évènement

Ces chiffres indiquent la frénésie et l'engouement croissant qui existe autour de cet évènement !
Source : Etude Criteo (2020) et BVA Orange (2019)

LES CONSEILS « MADE IN SPOT-HIT » POUR RÉUSSIR VOTRE BLACK FRIDAY



Définissez votre offre

Travaillez l'offre que vous souhaitez proposer aux consommateurs ! Vous devez comprendre les besoins et les envies de vos clients afin de leur proposer le ou les produits qui les intéressent. Il est donc important de sélectionner avec une attention particulière les produits que vous voulez mettre en avant. Pour vous aider dans la définition de cette offre, vous pouvez chercher à répondre aux questions suivantes :

- Que recherchent les consommateurs ?
- Quelle est leur réactivité face à ce type d'évènement ?

Créez un sentiment d'urgence

Pour les marketeurs, le sentiment d'urgence est un levier stratégique, car il accélère le processus décisionnel du client. Le Black Friday étant un événement éphémère qui a lieu sur une courte durée, vous pouvez donc jouer sur le caractère urgent de la situation. En marketing, on appelle cela la technique du FOMO (Fear Of Missing Out), qui signifie en français la peur de manquer quelque chose ou de rater une information importante. C'est le moment idéal pour alerter vos clients et leur donner envie de profiter de vos offres en les invitant à se rendre en magasin.

Car qui souhaiterait passer à côté d'une bonne affaire !

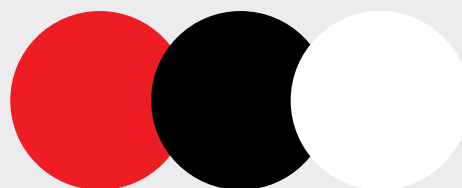
Le + SPOT-HIT : Insérer dans votre campagne SMS, un site mobile avec un compte à rebours afin d'augmenter le caractère urgent de votre offre



Soyez dans le thème !

Imprégnez-vous de l'état d'esprit de cet événement : utilisez les couleurs qui font référence au Black Friday et qui sont reconnaissables facilement par les consommateurs.

Le rouge, le noir et le blanc sont de mises pour cette occasion.

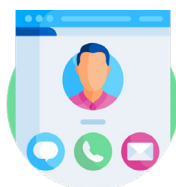




Faites durer le plaisir

Optimisez la période et surfez sur un événement qui s'étend sur toute la semaine ! De plus en plus d'enseignes proposent des offres échelonnées sur la semaine avec la « Black Week », suivi du « Cyber Week-end » et du « Cyber Monday ». Ce dernier prend aujourd'hui de plus en plus d'importance pour les consommateurs et détrône le Black Friday dans certains secteurs d'activité (on line).

Avouez qu'il est toujours sympa de jouer les prolongations ou de permettre de satisfaire quelques retardataires !



Renouez le contact avec vos clients

La précédente édition du Black Friday (2020) avait été marquée par une présence plus importante des achats online en raison de la situation sanitaire inédite à laquelle nous avons fait face. Certes les clients consomment de plus en plus sur le web mais ils sont encore nombreux à apprécier le lèche vitrines ou les après-midi shopping en magasin. Alors, ne ratez pas cette opportunité pour les inviter.



Soyez prêts et inventifs !

Vous l'aurez compris le Black Friday est une opération "flash" ou courte durée. Il est donc nécessaire, d'être réactif en étant au plus proche de vos clients le moment venu, mais surtout d'avoir préparé votre communication en amont, pour communiquer au bon moment ! Rassurez-vous, sur la plateforme Spot-Hit, la création d'une campagne SMS ne prend que quelques minutes.

Vos clients attendent ce rendez-vous avec impatience et vont recevoir de nombreuses communications, alors, sortez le grand jeu ! Au-delà du choix de vos produits et de la sélection de votre meilleure offre, soignez votre communication pour vous démarquer de vos concurrents.

Un savant mélange d'efficacité et d'originalité.

Dans cette dernière partie, nous vous partageons plusieurs exemples et conseils pour créer des campagnes de communication efficaces. Laissez-vous inspirer par nos campagnes dédiées au Black Friday. Ce ne sont que des exemples, à vous maintenant de jouer et de les adapter à votre stratégie marketing.



Enrichissez vos campagnes avec des modèles et des médias

Utilisez et personnalisez une sélection de modèles de sites mobiles dédiés au «Black Friday» pour enrichir vos campagnes SMS. Ils sont à votre disposition, librement, sur la plateforme et ne demandent qu'à être édités et personnalisés. Ajoutez ensuite le lien de votre site mobile dans votre SMS et hop le tour est joué. A vous (et vos clients) du contenu enrichi, plus attractif et aux couleurs de votre marque !



Guidez vos clients et facilitez le parcours d'achat

Les consommateurs sont parfois indécis quant au choix de leurs produits. Pour les aider, vous pouvez leur proposer une liste de suggestion d'achats avec les produits phares de votre boutique, ceux que vous souhaitez mettre en avant ou ceux qu'ils ont l'habitude de consommer.

Par exemple, pensez à classer vos produits par type de promotions ou par catégorie (femme, homme, enfant...). N'oubliez pas d'ajouter des call-to-actions (CTA) ou boutons d'appels à l'action pour inciter vos clients à se rendre sur votre site web et leur fluidifier leur parcours d'achat.



Déroulez le tapis rouge à vos prospects

L'évènement peut être aussi l'occasion de se concentrer sur des opérations d'acquisition.

Très utiles lorsque vous êtes en quête d'élargissement de votre clientèle, les opérations promotionnelles sont souvent de bons moyens de séduire de nouveaux consommateurs et futurs clients.

Chez Spot-Hit, nous vous accompagnons en vous proposant de la location de bases de données, à retrouver sur la plateforme sous le nom « Prospects ». Et avec plus de 18M de contacts, vous devriez pouvoir affiner votre ciblage et trouver de quoi tenter une opération d'acquisition.

Face à un tel potentiel, le Black Friday est l'évènement à ne pas louper en cette fin d'année. Nous vous avons proposé quelques pistes pour nourrir votre réflexion et vous aiguiller dans la préparation de votre Black Friday. Maintenant, les cartes sont entre vos mains, c'est à vous de jouer avec un leitmotiv « Envoyer le bon message, à la bonne personne, au bon moment ! »

Vous avez prévu d'envoyer une campagne pour le Black Friday ? Toute l'équipe Spot-Hit se tient à votre disposition pour vous apporter conseils et assistance pendant cette période.

Nouveau !

NOUVELLES FONCTIONNALITÉS

En ce mois de novembre, Spot-Hit fait le plein de nouveautés. On vous dévoile dans cet article les nouvelles fonctionnalités à découvrir sur la plateforme Spot-Hit.

- 1 Le tableau de bord personnalisable
- 2 Les nouveaux paramètres du compte

Objectifs Vous offrir une expérience utilisateur enrichie et vous faciliter l'utilisation de notre plateforme.

1 Le tableau de bord personnalisable

Vos suggestions sont importantes et nous aident à améliorer continuellement la plateforme en vous proposant de nouvelles fonctionnalités pour être au plus proche de vos besoins et répondre à vos attentes. Nous avons noté votre souhait d'avoir toutes vos informations essentielles disponibles rapidement et un clin d'œil.

C'est pourquoi nous avons décidé de reprendre la page d'accueil de votre compte. C'est la 1ère image que vous voyez à votre connexion ou encore la page par laquelle vous repassez régulièrement lorsque vous avez terminé une action, elle nous paraissait donc comme l'endroit central pour répondre à votre demande.

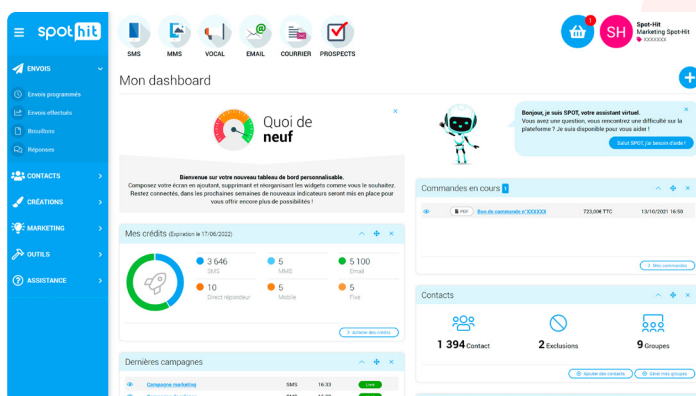
Nous avons fait le choix de travailler une page plus dynamique et accueillante sous un format de tableau de

bord, mais surtout entièrement personnalisable. Avec ce nouvel outil, vous pouvez donc composer votre tableau de bord selon vos envies, et n'afficher à l'écran que vos fonctionnalités essentielles (widgets).

- Vos crédits
- Vos dernières campagnes
- Notre magazine
- Vos commandes en cours
- Vos contacts
- Le total de vos campagnes
- Les statistiques de vos envois au cours des 12 derniers mois
- La répartition par canaux.

EN PRATIQUE SUR LA PLATEFORME

Pour configurer votre tableau de bord, c'est très simple ! Rendez-vous sur la page d'accueil de votre compte.



Composez votre tableau de bord

Déplacer un widget en cliquant sur le bouton



Ajouter un widget en cliquant sur le bouton



Réduire un widget en cliquant sur le bouton



Supprimer un widget, en cliquant sur le bouton



2 Nouveaux paramètres du compte

Dans la continuité du tableau de bord, et pour vous offrir un meilleur confort d'utilisation, les paramètres de votre compte font peau neuve !

Vos informations sont désormais organisées par thème :

- Informations administratives : mon compte, mes factures, déconnexion....
- Options de sécurité : mot de passe, adresses IP, noms de domaines...
- Options de développement : API, FTP, STOPS...
- Autres : légal...

1

Nous avons fait le choix du panneau latéral qui se déploie pour rappeler le menu latéral à gauche.

EN PRATIQUE SUR LA PLATEFORME

Pour accéder rapidement à vos paramètres de compte :

- Rendez-vous sur la Page d'accueil
- Cliquez sur vos initiales en haut à droite de votre écran.
- Sélectionnez la fonctionnalité souhaitée

2

Vous pouvez le replier en un simple clic sur vos initiales ou en cliquant sur une autre fonctionnalité de la plateforme.

The screenshot displays the 'Paramètres du compte' (Account Settings) interface of the Spot-Hit mobile application. The interface is organized into several sections:

- Top Bar:** Displays communication channels: SMS, MMS, VOCAL, EMAIL, COURRIER, and PROSPECTS.
- Left Sidebar:** Contains navigation options: ENVOIS, CONTACTS, CRÉATIONS, MARKETING, OUTILS, and ASSISTANCE.
- Main Content Area:**
 - Durée de vie des données (Data lifetime):** Includes dropdown menus for 'Groupe de contacts' and 'Accusé de réception', both set to 'Par défaut'.
 - Documents légaux (Legal documents):** Features links to 'Conditions Générales de Vente et d'Utilisation' and 'Convention de preuve', both marked as 'Acceptées le 30/07/21 à 15:35'.
- Right User Profile Dropdown:** Shows the user's initials 'SH' and a list of settings:
 - Mon identifiant (XXXXXX)
 - Mon compte
 - Mes sous-comptes
 - Mes commandes
 - Déconnexion
 - Options de sécurité:
 - Changer mon mot de passe
 - Gérer mes adresses IP
 - Gérer mes noms de domaines
 - Paramétrer mes alertes
 - Options de développement:
 - Configurer mon API
 - Gérer mes FTP
 - Gérer la dépose des STOPS
 - Autres:
 - Paramétrer mes campagnes
 - Légal

témoin

9:41



iziwork™

Bonjour Ludovic, pouvez-vous nous dire quelques mots sur iziwork et vous présenter ?

Bonjour, créé en 2018, iziwork est le leader de l'intérim digital en France avec plus de 1 00 000 iworkers inscrits et plus de 40 000 collaborateurs intérimaires employés chez nos clients en 2021. Iziwork compte aujourd'hui plus de 250 collaborateurs et plus de 180 personnes au sein du réseau Partner répartis dans toute la France pour attirer les meilleurs talents en alliant proximité et digital. J'ai rejoint iziwork il y a deux ans pour mettre en place l'automatisation des campagnes CRM pour la France. Depuis, mon scope s'est élargi en étant le garant de la communication avec nos intérimaires en France et en Italie sur l'ensemble des canaux disponibles (email, push et SMS).

Comment Iziwork participe à la transformation digitale du marché de l'intérim ?

Notre plateforme totalement digitalisée a pour ambition de réinventer l'accès et l'expérience du travail pour tous. Elle offre aux travailleurs temporaires un accès simple et instantané à des milliers d'offres d'emplois dans une démarche résolument «worker centric». Cette approche permet de soutenir et de développer le potentiel des intérimaires pour proposer les meilleurs profils à nos clients.

g n a n e

9:41



De quelle façon intégrez-vous des outils de marketing direct, notamment le SMS, dans votre stratégie de communication ?

Nous avons trouvé un réel intérêt à Spot-Hit car elle nous permet d'avoir plus de flexibilité sur nos campagnes. Ayant un réseau de franchisés, nous avons besoin de leur donner la possibilité de réaliser des campagnes ciblées sur les départements dans lesquels ils sont présents. Nous travaillons principalement sur des messages automatiques via des outils comme Braze et Twilio. Chaque zone et chaque besoin étant différent, l'automatisation s'avérerait complexe et la centralisation des campagnes également.

Pouvez-vous nous parler de votre meilleure campagne à travers la plateforme Spot-Hit ?

Nous utilisons un seul type de campagne qui s'avère être très performant auprès de nos intérimaires. Nous ré-activons notre pool d'intérimaires dans une zone lorsqu'un besoin en intérim se présente. Nous contactons les personnes ayant le profil recherché et se trouvant près du lieu de mission. Le contenu se veut très proche de l'intérimaire, nous évitons à tout prix que le contenu ressemble à une campagne marketing, le destinataire doit avoir l'impression d'être le seul à avoir reçu le contenu. Les intérimaires répondent directement au message et cela nous permet de les mettre rapidement en poste ensuite.



Le poste'Hit

Nicolas



Nouveautés pour cette rubrique ! Nous conservons la présentation des femmes et hommes de Spot-Hit mais nous vous les présentons à travers le regard d'un autre collaborateur pour une présentation décalée. Aujourd'hui, c'est au tour de Nicolas, Sales Account Manager et c'est Justine qui nous dresse son portrait.



Peux-tu nous présenter Nicolas et ses missions chez Spot-Hit ?

Justine : Nicolas est arrivé chez Spot-Hit en 2019. Il s'occupe du développement commercial en présentant notre solution à des futurs clients. Il gère un portefeuille clients en répondant à leurs attentes et en les aidant à tirer pleinement profit de notre plateforme.

Nicolas : 3 ans au mois de mars prochain, déjà ! Je suis très content de faire partie de l'aventure Spot-Hit. Je m'occupe aussi de mener et coordonner des projets en collaboration avec le service client et technique sur des développements spécifiques pour nos clients.

Qu'est-ce que Nicolas apprécie le plus dans son job ?

Justine : Nicolas a le goût du challenge ! Ce qu'il préfère c'est présenter la solution Spot-Hit à de nouveaux clients et leur faire découvrir des fonctionnalités pertinentes qui répondent au mieux à leurs besoins et à leurs projets.

Nicolas : Oui, complètement. J'aime aussi travailler dans un environnement stimulant, propice à l'innovation, et en constante évolution. J'ai eu l'opportunité de déployer une des toutes premières campagnes RCS

auprès d'un de nos clients, American Vintage.

La plus grande qualité de Nicolas ?

Justine : Sa générosité, bien sûr ! J'attends toujours le petit déjeuner de lundi dernier d'ailleurs. Plus sérieusement, Nicolas est toujours volontaire, pour nous accompagner et échanger sur des projets clients. Il est ouvert à ce que se passe autour de lui, s'intéresse aux autres avec son dynamisme et sa joie de vivre indéniable.

Nicolas : Merci Justine ! Je rajouterai aussi ma spontanéité. Et promis, la prochaine fois j'apporte les croissants.

Quel est son meilleur souvenir chez Spot-Hit ?

Justine : Les séminaires ! Ces moments sont placés sous le signe de la détente, de la convivialité et de la bonne humeur. L'occasion pour nous de mieux apprendre à nous connaître et de renforcer les liens de l'équipe.

Nicolas : Tout à fait d'accord avec toi Justine. J'ai déjà participé à 3 séminaires, mais une petite préférence pour mon premier, en Sicile. Ce qui se passe en séminaire, reste en séminaire.

Elles nous ont rejoints



Léa a rejoint l'équipe comme chargée de communication. Son rôle ? Développer la marque Spot-Hit, gérer les différents supports de communication (site web, réseaux sociaux...) et notamment la rédaction du magazine.

Coralie est la dernière recrue de la team. Elle vient renforcer l'équipe des chargés de clientèle et vous accompagnera au quotidien dans la réalisation de vos campagnes.



Des questions ?

Vos commentaires, vos retours



Une idée de thème ou un sujet à développer : rendez-vous sur **www.spot-hit.fr/mag**
Vous pourrez également consulter les anciens numéros.

Se désabonner



Ce magazine est offert à nos clients.
Si vous ne souhaitez plus le recevoir, rendez-vous à tout moment sur **www.spot-hit.fr/stop-mag**

La société

Une assistance gratuite du **Lundi au Vendredi de 9h à 12h et de 14h à 18h**



Nos **conseillers** vous accompagnent



Par email
info@spot-hit.fr



Par téléphone au
01 78 76 77 78



168 rue de la Rotonde
42 153 Riorges

Spot-Hit c'est aussi...

Certification ISO 9001

Première plateforme multicanal certifiée

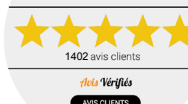


Nos infrastructures

Plateforme hébergée en France, sécurisée et conforme au RGPD



4.8/5





spot hit