



+



ÉTUDE DE CAS

Success Story happn



happn a choisi Mailjet pour l'envoi de ses emails transactionnels et marketing

Fondée en janvier 2014 à Paris, happn est la première application de rencontre 100% mobile, hyper-localisée en temps réel, qui permet à ses utilisateurs de retrouver les personnes qu'ils ont croisées et qu'ils aimeraient rencontrer. L'application, unique en son genre, s'inspire du postulat que nous croisons chaque jour des dizaines de personnes dans la vraie vie, à plus forte raison dans les grandes villes, sans pour autant avoir vraiment l'opportunité de les rencontrer et d'interagir avec elles. happn fournit ainsi aux utilisateurs une seconde chance, celle de ne pas passer à côté d'une rencontre, offrant la possibilité de retrouver et de découvrir tous ces inconnus qui évoluent dans le même environnement.

Depuis sa création, happn privilégie sa relation client et implémente sa stratégie CRM via deux canaux : le mobile (push et in-app) et l'emailing, soutenue par une stratégie Social Media. Bien que le premier soit le principal levier d'engagement, l'emailing n'en reste pas





« Nous envoyons des emails dans plus de 15 langues. Nous devons donc conserver un design cohérent, conforme à notre charte graphique, dans chacun de nos emails. C'est un point essentiel de notre stratégie de marque et dans la conquête de nouveaux marchés. »

Sandra Laroche, responsable CRM chez happn

moins indispensable par sa capacité à toucher une grande part de la base et permettre de construire un véritable attachement à la marque en capitalisant sur l'engagement et l'interaction avec les utilisateurs.

L'impératif d'une structure solide et adaptable

happn envoie principalement des emails transactionnels, liés à la création de compte, avec pour objectif premier l'accueil et l'accompagnement des utilisateurs dans leurs premiers pas dans l'application. L'importance de ces emails de même que la croissance rapide de happn (qui compte aujourd'hui 26 millions d'utilisateurs inscrits dans le monde) justifiait la nécessité de mettre en place une structure d'envoi à la fois souple et solide, pour assurer leur bonne distribution de même que leur customisation.

« Le choix de Mailjet s'est fait assez naturellement car nous voulions un service répondant à nos impératifs de délivrabilité, qui soit également et surtout conforme à la législation relative à la protection des données personnelles en vigueur en Europe, et enfin respectueux des destinataires. Mailjet répondait à toutes nos exigences dans ces domaines. Détail pratique, mais qui facilite nos échanges réguliers, nos locaux parisiens ne sont pas trop éloignés, ce qui favorise les contacts et une réelle émulation ! » confie Sandra Laroche.

L'objectif premier des emails transactionnels de happn est l'accueil et l'accompagnement des utilisateurs dans leurs premiers pas dans l'application.



L'engouement des célibataires urbains pour l'application et le soutien de ses investisseurs financiers fidèles ont permis à happn de conquérir chaque année de nouveaux marchés depuis son lancement en France en 2014. L'app est maintenant plébiscitée et largement utilisée de New York City à Sydney en passant par Mumbai, São Paulo, Istanbul ou Londres. Pour répondre le plus rapidement possible à un public toujours plus nombreux et diversifié, tout en maintenant la même qualité de service, l'équipe CRM a développé des emails marketing ciblés, adaptés à ses différents marchés et soucieux des spécificités locales. L'objectif : créer du lien avec sa communauté, en communiquant sur des lancements de fonctionnalités ou des événements locaux, ou en partageant des astuces pour une utilisation optimisée de l'application, pour « crusher » davantage par exemple ! Compte tenu de ses impératifs d'exigence et de l'agilité de sa structure – au sein de laquelle le CRM constitue une petite équipe – c'est tout autant la simplicité que l'efficacité de l'outil Mailjet qui a séduit happn.

« L'envoi de newsletters constitue le moyen le plus simple et le plus direct pour rester en contact avec nos utilisateurs. Nous composons ces newsletters avec les outils de création mis à disposition dans l'application Mailjet, très simples d'utilisation. La conception et l'organisation des messages se fait en quelques clics. C'est particulièrement important pour nous, car nous opérons dans une trentaine de pays à ce jour et communiquons à ce titre dans plus de 15 langues, tout en conservant un design cohérent et conforme à notre charte graphique dans chacun de nos emails, un point essentiel à notre stratégie de marque et dans la conquête de nouveaux marchés. » précise Sandra Laroche.

L'accompagnement Mailjet

Au-delà de l'efficacité et la praticité d'utilisation de l'outil, happn avait fait de l'accompagnement personnalisé un critère de sélection de son partenaire emailing. En 2016, happn a ainsi bénéficié de l'accompagnement de deux chargés de compte. Ensemble, ils ont pu travailler sur les grands projets de l'année que sont la mise en place d'emails transactionnels pour accueillir les nouveaux inscrits, l'envoi de newsletters ponctuelles et l'envoi d'emails partenaires.

« Dès notre lancement, nous avons toujours pu compter sur les réponses efficaces et claires du support dès que nous avons une question ou rencontrons le moindre problème. Avec le développement de happn et l'augmentation de nos volumes d'envoi, nous bénéficions désormais d'un suivi personnalisé. Les équipes de Mailjet nous apportent une expertise en termes de conseil et de réactivité dans l'accompagnement de chacun des changements que nous souhaitons implémenter. C'est crucial pour nous, particulièrement dans la conquête de marchés émergents comme en Amérique Latine, où les bonnes pratiques de l'emailing sont moins bien suivies qu'en Europe, et où nos messages sont plus susceptibles de tomber en spam. » conclut Sandra Laroche.





"Nous nous réjouissons de cette collaboration et sommes persuadés que Mailjet continuera de nous accompagner dans les futurs développements et défis que rencontrera happn, en termes d'engagement client comme de fidélisation."

Aline Sadier, CRM Manager chez happn

Grâce à cette relation de confiance avec Mailjet, happn a pu étendre son activité bien au-delà des frontières hexagonales, permettant à des utilisateurs du monde entier de bénéficier de ses services. L'entreprise ne compte pas en rester là, et prévoit en 2017 de lancer des campagnes automatisées, mais également d'intégrer des variables dynamiques à ses messages afin de les personnaliser toujours davantage pour plus de pertinence.

La rapide croissance de happn qui compte aujourd'hui 26 millions d'utilisateurs, a justifié la mise en place d'une structure d'envoi à la fois souple et solide.

Plus de 40 000 entreprises développent des applications et des stratégies emailing réussies avec Mailjet.

CAMAÏEU

 Air Liquide



elior 

 Microsoft

 KissKiss
BankBank
Creativity Factory



Partout dans le monde, plus de 40 000 entreprises utilisent Mailjet by **Sinch** pour nouer des relations toujours plus solides avec leurs clients et abonnés, et développent leurs activités grâce à l'email marketing. Des marques comme Microsoft, Air Liquide et My Little Paris font confiance à Mailjet pour envoyer des milliards d'emails chaque année. Mailjet associe un outil de conception d'emails intuitif en « drag-and-drop » à des fonctionnalités de délivrabilité faciles à prendre en main, pour aider les entreprises à créer et envoyer de beaux emails sans avoir à écrire une seule ligne de code.

Pour plus d'informations, visitez mailjet.com/fr.