

---

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

---

Paris, le jeudi 27 septembre 2012

Mots-clés : MARKETING DIRECT / WEB / CAS CLIENT / DISTRIBUTION / MULTICANAL

### **HYGENA divise le coût d'acquisition de ses prospects grâce à ID CONTACT**

- **La stratégie Web de HYGENA est d'aider à générer du trafic en magasins.**
- **ID CONTACT lui permet de mettre en œuvre tout son marketing relationnel en mode multicanal.**

#### **Générer du trafic en magasins**

Depuis 2009, le marketing relationnel on line d'HYGENA est géré avec ID CONTACT. A l'origine, il y a 3 ans, le fichier d'HYGENA comptait 2 000 contacts. Aujourd'hui, la base centralisée d'e-mails gère 60 000 contacts actifs, une progression qui constitue une première mesure tangible du succès de la solution.

*« ID Contact répond à notre besoin de conquête de nouveaux clients. Il doit permettre de faire venir de futurs acquéreurs de cuisines sur-mesure dans nos magasins »,* explique Frédérique TULLIEZ, Chargée de marketing direct et des études marketing chez HYGENA.

#### *Contacts*

Relations presse

■ Agence C3M

■ Tél. : 01 47 34 01 15

Michelle Amiard

michelle@agence-C3M.com

Cathy Lacides

cathy@agence-C3M.com

#### **ID CONTACT centralise les contacts...**

Hygena.fr voit passer plus de 2 millions de visiteurs uniques par an - à rapporter au marché national des cuisines équipées, environ 800 000 unités à l'année.

Dès qu'un internaute arrive sur le site Web et quel que soit son parcours, il est repéré, identifié individuellement une fois pour toutes et enregistré dans ID CONTACT.

ID CONTACT agrège les informations collectées dans les formulaires des rubriques « envoi de catalogue », « faire un devis en ligne » ou « dessiner un plan ».

La page « Bons Plans » attire des clients potentiels : *« L'internaute qui s'y inscrit a un profil de futur acheteur. Il est donc très important pour nous de pouvoir collecter en temps réel ces données »,* précise Frédérique TULLIEZ. Une fois inscrit, il reçoit un mail personnalisé avec la promotion du mois et un bon de réduction, personnalisé grâce à ID CONTACT.

ID CONTACT est même utilisé pour suivre des prospects qui ont demandé un devis en magasin. Ces informations sont injectées dans ID CONTACT qui leur envoie automatiquement des « offres exclusives » personnalisées pour activer l'acte d'achat.

« La facilité d'utilisation de l'outil est telle que de nouveaux usages naissent naturellement, par exemple l'e-mail de suivi de commande. », rajoute Frédérique TULLIEZ : une fois la commande effectuée en magasin, le nouveau client reçoit un mail de confirmation personnalisé comprenant notamment la date de livraison et le nom du vendeur qui suit son dossier en magasin.

Et HYGENA utilise ID CONTACT à chaque nouvelle action marketing pour recueillir et centraliser les nouveaux contacts dans sa base optin. Ainsi depuis la rentrée, HYGENA fête ses 30 ans et lance pour la première fois, et avec le support d'ID CONTACT, un jeu concours « Quizz Anniversaire » qui draine du trafic sur le Web. L'internaute doit trouver des réponses en surfant sur [www.hygena.fr](http://www.hygena.fr) et reçoit automatiquement un mail de félicitations avec un chèque de réduction à valoir en magasin jusqu'à la fin de l'année et la possibilité de participer au tirage au sort final pour gagner l'un des 120 lots.

Simple et souple, ID CONTACT permet ainsi de gérer dans une même base, les prospects issus des campagnes d'acquisition sur des bases louées, les clients déjà équipés à qui proposer des produits complémentaires, et les prospects identifiés dans les boutiques ou par leurs visites sur le site Web.

« Notre outil tout-en-un, s'adapte aux besoins spécifiques de chaque Marque. Chez HYGENA, ID CONTACT permet à la fois de piloter le routage des campagnes multicanal, et d'enrichir en temps réel une base de données clients centralisée. », explique Christophe LEDUC, Dirigeant Fondateur d'ID CONTACT.

## Une solution à fort ROI

Le ROI des actions Web est une priorité pour les services marketing. Avec ID CONTACT, on peut suivre en un clin d'oeil le ratio des Internautes devenus visiteurs en magasins, ou transformés en clients.

La centralisation dans une base de données unique de tous les contacts commerciaux a permis de réduire drastiquement la nécessité d'acquérir de nouveaux fichiers d'e-mails grand public, très coûteux, ou de maintenir à son plus haut niveau ses campagnes d'Adwords.

« Pour qui fait du ROI une priorité, ID CONTACT s'est révélé idéal. Nous avons divisé par 3 le coût des actions marketing, parce que la plateforme conserve les adresses des visiteurs intéressés, les trace dans le temps sur un cycle allant de 6 à 18 mois et permet des actions marketing ciblées », conclut Frédérique TULLIEZ.

### A propos d'HYGENA

HYGENA appartient au groupe Nobia. N°1 européen dans l'aménagement de la cuisine, Nobia est présent en Europe avec 20 marques fortes, 700 points de vente et 8 000 collaborateurs. HYGENA, c'est 130 magasins en France.

Pour en savoir plus : [www.hygena.fr](http://www.hygena.fr)

### A propos de ID CONTACT

ID CONTACT est éditeur d'une plateforme SaaS dédiée au marketing relationnel, comportemental et multicanal.

Centraliser les données clients, les enrichir en continu à partir de sources extérieures, multiples, dispersées et hétérogènes, segmenter et cibler des sous-populations, concevoir des scénarios marketing, automatiser leur déclenchement selon les actions individuelles des clients et prospects, analyser le résultat des campagnes : toutes les étapes d'une politique de marketing relationnelle, sont gérées depuis une seule et même interface.

ID CONTACT a aujourd'hui conquis des références dans le secteur du tourisme (Transdev, Siblu...), du commerce et de la distribution (Hygena, Heineken, Bongrain, Kellogg's...), des médias et des télécoms (Le Figaro, Bouygues Telecom, Orange...), de la bancassurance (Société générale, Caisse d'Epargne, Allianz...) et du IT (Sage..).

ID CONTACT est membre de l'AFDEL.

Pour en savoir plus : [www.idcontact.com](http://www.idcontact.com)