



---

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le vendredi 25 novembre 2005

---

Mots clés : MARKETING DIRECT / CRM / MULTI-CANAL / E-MAILING / VPC

■ **Contacts Agence C3M**

Tél. + 33 (0)1 47 34 01 15

Michelle Amiard, michelle@agence-C3M.com

Sophie Daudignon, sophie@agence-C3M.com

■ **Contact MailPerformance**

Stéphane Zittoun, PDG

Tél. : + 33 (0)5 57 92 41 21 –

sz@mailperformance.com

# Radiospares optimise sa relation client grâce à MailPerformance

■ **Avec MailPerformance, Radiospares, spécialiste de la vente par correspondance de composants électroniques, a décuplé en quatre ans la part de ses clients passant commande par Internet et amélioré l'efficacité de ses campagnes multi-canal.**

Leader de la vente par correspondance B2B de composants et de fournitures industrielles, livrés en 24 heures, Radiospares propose une offre de plus de 100 000 produits qu'elle livre *franco* de port et sans minimum de commande partout en France. Le vériciste a très tôt perçu l'importance d'Internet et l'e-mail comme canal de vente complémentaire aux mailings, à la vente par téléphone et aux commerciaux terrain.

## Des campagnes encore plus efficace

Dès 2001, Radiospares a choisi de travailler avec MailPerformance, pour mettre en place des **opérations promotionnelles on line** et conforter son leadership sur un marché pour lequel la **rapidité de diffusion et la qualité de l'information** sont des données primordiales de réussite. Le passage à MailPerformance et aux courriers électroniques en mode HTML lui a permis d'augmenter de 75%, quasi-instantanément, l'efficacité de ses retours.

Pendant quelque temps, l'activité Internet a évolué de façon autonome, puis elle s'est intégrée à la stratégie globale de vente de l'entreprise.

**Radiospares a ainsi couplé MailPerformance à des campagnes de télémarketing** : en effet, si les télévendeurs utilisaient déjà leur logiciel de courrier électronique, il n'y avait ni suivi, ni intégration des différentes opérations sous

une même base. « *Nous souhaitons centraliser et homogénéiser notre communication vers l'extérieur* », explique Bertrand Deghilage, responsable du marketing direct chez le vécipiste.

## Une meilleure connaissance des besoins clients

MailPerformance a donc développé, pour le télémarketing, un formulaire permettant aux dix télévendeurs d'intégrer directement les informations des clients et prospects qui le souhaitent dans la base de données commerciales.

Grâce aux fonctions intégrées de la plate-forme d'e-mail marketing, Radiospares suit le comportement de ses clients (ouverture, lecture et clic) et prend les mesures adéquates :

« *Grâce à MailPerformance, nous savons quels sont les clients qui ont une démarche active vis-à-vis de nos envois, et pouvons développer des opérations spécifiques à l'égard des autres, pour encore augmenter notre efficacité et la pertinence de nos messages en fonction de la cible* », souligne Bertrand Deghilage. **Cette nouvelle fonction a permis à Radiospares de mettre véritablement un pied dans le multicanal : aujourd'hui, Internet représente 20 % du chiffre d'affaires du vécipiste, 70 % des clients accèdent au catalogue en ligne (450 000 visites par mois).**

Avec cet outil, Radiospares crée **des profils de comportement client**, en fonction de leur attitude par rapport à un mail. « *Nous pouvons relancer ainsi par téléphone ou par courrier les clients qui ont ouvert un e-mail, mais qui n'ont pas acheté. Avec les mailings papier seul, nous possédons moins d'informations pour bâtir nos relances* », explique Bertrand Deghilage.

Renfort des opérations traditionnelles de marketing direct, MailPerformance permet à Radiospares de disposer d'informations complémentaires afin de rendre son activité encore plus efficace et proche de son client ; mais également d'établir une **proximité plus forte de la relation client en répondant plus rapidement et plus précisément à leur besoin.**

**A propos de RADIOSPARES** - Implanté à Beauvais depuis 1986, RADIOSPARES s'est positionné comme le leader de la VPC en BtoB en France en lançant sur le marché une nouvelle formule de distribution industrielle basée sur un taux de service élevé et une réduction sensible des coûts d'acquisition pour le client. RADIOSPARES regroupe aujourd'hui près de 600 collaborateurs. L'entreprise offre un catalogue de plus de 100 000 références en produits techniques déclinées en 14 segments de produits et compte 80 000 clients actifs. RADIOSPARES est un fabricant de services : pas de minimum de commande, réception et traitement des commandes jusqu'à 19h00, livraison sous 24h00 sur l'ensemble de l'offre catalogue, service technique et SAV. RADIOSPARES est la filiale française du groupe ELECTROCOMPONENTS, VPCiste britannique créé en 1937. Le groupe, présent à travers 26 sites, dispose de clients dans 160 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de 1,11 milliards d'Euros au 31 mars 2005. **Pour plus d'informations, [www.radiospares.fr](http://www.radiospares.fr).**

**À propos de MailPerformance.** Avec plus d'un milliard de courriers électroniques envoyés depuis le début de l'année 2005, MailPerformance est l'un des principaux acteurs du marché de l'*e-messaging* en France. MailPerformance gère les campagnes d'*e-mail* marketing et de SMS de clients prestigieux, aussi bien sur l'Hexagone que, parfois, dans le monde entier : Cdiscount, Radiospares, MailEva, JPG, ChâteauOnline, Banque Casino, Cultura, Maison de la France, Camif, groupe Cofinoga, E. Leclerc, Nostalgie... MailPerformance est éditeur de trois outils : MailPerformance ASP Edition, MailPerformance Partner Edition pour les revendeurs, MPRemote (connecteur entre MailPerformance et un outil de CRM, un PGI ou un site Internet). En plus de ses services de routage, MailPerformance étoffe son offre de services autour du marketing direct avec Geckodata. Cet outil, toujours en mode ASP, permet de faire des comptages sur des fichiers d'e-mails mis en location, et d'obtenir des devis en ligne.

Le siège de MailPerformance est implanté à Pessac (Bordeaux). La société compte 25 personnes, pour 2,3 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Pour en savoir plus : [www.mailperformance.com](http://www.mailperformance.com) et [www.geckodata.com](http://www.geckodata.com)