

Carrefour optimiza y cualifica su base de datos de email marketing

Una gestión correcta de la base de datos es la base sobre la que construir un plan de email marketing eficiente y de valor añadido para los consumidores

• Resumen

Carrefour es uno de los principales grupos de distribución en España. Además, con una tienda online abierta desde el año 2001, es uno de los pioneros del sector en lo que se refiere a comercio electrónico. Carrefour Online gestionaba internamente los envíos de boletines y de promociones a su base de datos, pero a medida que pasaba el tiempo se han ido encontrando con un porcentaje creciente de emails rebotados, que eran incapaces de identificar y tratar. El equipo de Servicio a Cliente de Experian CheetahMail les ayudó a externalizar la gestión de sus campañas de email marketing, lo que les permite ahora identificar y tratar de forma automatizada las direcciones de emails rebotados.

• Desafíos

- Mejorar la gestión de la base de datos
- Automatizar la gestión de emails rebotados o erróneos
- Mejorar tasas de entrega y apertura con un mantenimiento eficiente
- Implementación de procesos y buenas prácticas de email marketing

• Solución

Para identificar estas direcciones y limpiar la base, se usó la plataforma de Experian CheetahMail para el envío de las campañas de email marketing de Carrefour Online durante el primer semestre del 2006. En total se enviaron 12 campañas, que supusieron más de 1.200.000 emails enviados.

Recordemos que los emails rebotados pueden ser de dos tipos. Un hard bounce es aquella dirección que no existe o está mal escrita. Por ejemplo: Juan@gmail.es (sólo existe Gmail.com) o bien Juan@htmail.com (falta una 'o'). Pero aunque el dominio sea válido, puede ser que una dirección existente haya sido cancelada. Sucede, sobre todo, con direcciones profesionales de empleados que han cambiado de trabajo. Por otro lado, un soft bounce es aquella dirección de email que existe, pero en la que un error del servidor o la superación de una cuota de espacio ha evitado la entrega del email.

En general, podemos decir que un hard bounce es una dirección que no existe, y es un error permanente, y un soft bounce es una dirección inactiva, por lo que se denomina error temporal.

Ambas se trataron de diferente manera en este caso. Cuando una dirección devolvía un hard bounce, se le enviaban otras dos campañas para confirmar que efectivamente se trataba de un error permanente. En el caso de un soft bounce, se intentaba de nuevo el envío durante otras cuatro veces más, para confirmar que esa cuenta estaba abandonada. Una vez confirmados los errores, se clasificaban según su tipo, y se apartaban de la base principal, para evitar de esa manera que distorsionasen las

"Elegimos a Experian CheetahMail de entre otras cuatro empresas por su competitividad, y por la calidad de la solución que nos ofrecieron para gestionar nuestro email marketing."

Juan Del Real
Director de Marketing
Carrefour Online

Publicidad. Si no puedes ver correctamente este mensaje, haz clic aquí.



Carrefouronline
tu compra en la red

En Carrefouronline queremos que consigas el mayor descuento con tu compra y para ello te ofrecemos una gran variedad de productos en Formato Ahorro para que consigas hasta el 11 de mayo un AHORRO GIGANTE.

Galletas María Fontaneda 1 Kg pack 2 uds XXB Ahorra 0,60 €	Maiz Bonduelle 140 gr pack 9 uds XXB Ahorra 1,30 €
Coca Cola lata 33 cl pack 32 uds XXB Ahorra 1,56 €	Cualquier producto Findus +Gratin de berenjenas con lechera 450 gr XXB Ahorra 2,99 €

¿Has visto ya nuestra promoción especial Belleza?
Entra y conoce nuestras novedades, packs
promocionales y descuentos para que te cuides.

Además, por la compra de más de
30€ en estos productos conseguirás
este pack en tu próximo pedido.

Lote Nivea Amoz y Loto
(Gel ducha + Body + Gel esfoliante)

4.3
Llega 1 y
gana 3

PONDS
DIADERMINE
L'OREAL
BIOCELLULIC

Servicio de Atención al Cliente 902 290 300

Carrefouronline

Mensaje enviado por CARREFOURONLINE, S.L.U. con C.I.F. B-62427758.

Si prefieres no recibir mensajes de este remitente, haz clic aquí y a continuación:

1. Introduce tu USUARIO y CONTRASEÑA.
2. Pulsa el botón VALIDAR.

Recomendar a un amigo

estadísticas e impactasen en la capacidad de entrega del resto de la campaña.

Resultados

Al acabar esas 12 campañas se le devolvió a Carrefour un fichero donde constaban todas las direcciones erróneas y el motivo. De ese modo, con su base de datos totalmente limpia, Carrefour Online podía seguir enviando sus comunicaciones, pero esta vez sólo a direcciones válidas y activas. La ventaja de tener una base de datos limpia es que las mediciones acerca de aperturas son a ser mucho más precisas, y así, Carrefour Online sabe con mayor precisión cuál es la reacción de sus clientes a las comunicaciones que envían.

Pero además Carrefour puede ahora recuperar al menos parte de esas direcciones, contactando vía teléfono o correo postal con las personas cuyo mail ha sido identificado como erróneo. En los procesos de captación de clientes para los clubs de fidelización de las grandes cadenas de distribución, no es extraño que se produzcan errores en la transcripción del email, a menudo escritos a mano en una hoja de inscripción. Esos errores pueden ser ahora identificados y solucionados, gracias a esta operación de cualificación de base de datos.

Publicidad de Carrefouronline. Si no puedes ver correctamente este mensaje, haz [clic aquí](#).

Carrefouronline
www.carrefour.es
disfruta de tu tiempo libre

ZAAPA 5010 Navegador Gps 249€	FOXEXION PACK2020FX (FX900 y VK2020) 299€	ZAAPA ZT-USB0 Sintonizadora TDT Stick USB Con Mando 39,90€	SWING & SCULPT aparato de gimnasia 69,90€
AIT 438 SEMPRON 3000 + TFT 15" 599€	ROOMBA robot aspirador 399€	PJ 4000-A Home Cinema 99€	PACK 2 TDT ENERGY SYSTEM Xpression 1000 99,90€

ofertas válidas hasta el 16 de abril de 2006

Descárgate para tu móvil,
logos, tonos y juegos en **Carrefouronline clips**

haz clic aquí

Resultados

Los esfuerzos en mejorar la gestión de la base de datos de Carrefour Online permitieron:

- Aumentar la capacidad de entrega de sus campañas de email marketing
- Optimizar los procesos de gestión de la base de datos identificando usuarios inactivos
- Recuperar direcciones email erróneas o usuarios inactivos con campañas de ReMarketing
- La posibilidad para Carrefour de enfocar sus esfuerzos en sus principales usuarios
- Medir con más precisión los resultados de sus campañas

Acerca de Experian CheetahMail Spain

Experian CheetahMail es un proveedor de servicios de email marketing a nivel global para las principales empresas del mercado, con la misión de ayudarles a construir relaciones relevantes con sus clientes gracias a sus soluciones de email marketing. Durante el año 2008 Experian CheetahMail España envió más de 900 millones de emails para sus clientes entre los que encuentran Carrefour, Hoteles Hesperia, Viajar.com, Polaris World, Caixa Catalunya, Salvat, y la Comunidad de Madrid. Experian CheetahMail es una unidad de negocio del Grupo Experian (LSE:EXPN), fundada en 1998 y con sede en Nueva York, con oficinas en Los Ángeles, San Francisco, Sydney, Melbourne, Auckland, Singapur, Hong Kong, Londres, Dublín, Ámsterdam, París, y Barcelona.



Balmes 130 Entresuelo
08008 Barcelona
T +34 93 488 16 75
F +34 93 488 16 89

Ombú 3, 1ª Planta
28045 Madrid
T +34 91 527 56 25
F +34 91 528 65 07

www.experian-cheetahmail.es