



# Les campagnes marketing sous SugarCRM Open Source version 4.5.1



# Mentions légales

Ce document est susceptible de modification à tout moment sans notification.

## **Disclaimer / Responsabilité**

3aCRM documents distributed under the License are distributed on an “AS IS” basis, WITHOUT WARRANTY OF ANY KIND, either expressed or implied. See the License for the specific language governing rights and limitations under the License.

3aCRM ne fournit aucune garantie en ce qui concerne ce mode d'emploi et ne saurait être tenu pour responsable des erreurs qu'il contient ni des dommages éventuels, directs ou indirects, qui pourraient résulter de l'utilisation des informations qu'il contient. Veuillez vous référer à la Licence pour connaître les droits et les limitations fixés par la Licence.

## **Trademarks / Marques**

All the trademarks in this document are registered by their owner.

Toutes les marques citées dans ce mode d'emploi sont déposées par leur propriétaire respectif.

SugarCRM, Sugar Suite, Sugar Open Source sont des marques déposées ou des marques commerciales de SugarCRM, Inc.



# Avant-propos

Au cours de votre lecture, vous rencontrerez les icônes suivantes :

## Info

Informations supplémentaires relatives au sujet traité.

## Conseil

Vous recommande une technique ou une marche à suivre.

## Nous contacter

En cas de problème ou de question, n'hésitez pas à nous contacter :

- ▶ Par e-mail : [contact@3acrm.com](mailto:contact@3acrm.com)
- ▶ Par téléphone : +33 (0)8 71 49 23 32
- ▶ Par fax : +33 (0)3.21.65.39.75
- ▶ Par Internet : <http://www.3acrm.com>





# Sommaire

<b>Chapitre 1</b>	
<b>Quelques notions « théoriques »</b>	<b>4</b>
1.1 Les différentes personnes qui composent votre CRM	5
1.1.1. Une hiérarchisation des personnes	5
1.1.2. Ciblage des personnes dans une campagne marketing	5
1.2 Notions « informatiques » des campagnes marketing sous SugarCRM	6
1.2.1. L'URL de tracker	6
1.2.2. L'Opt-Out	6
<b>Chapitre 2</b>	
<b>Paramétrage des campagnes par l'administrateur</b>	<b>8</b>
2.1 Création de la boîte email	9
2.2 L'envoi par paquet	10
<b>Chapitre 3</b>	
<b>Programmer une campagne email</b>	<b>12</b>
3.1 La création de la campagne	13
3.1.1. Création de la campagne	13
3.1.2. Accéder à la fiche d'une campagne	14
3.1.3. Modifier une campagne	15
3.2 La création / sélection d'une liste de cibles	16
3.2.1. Sélection d'une ou plusieurs listes de cibles	16
3.2.2. Création d'une liste de cibles	17
3.3 La création du lien de tracker	20
3.4 La création du modèle d'email	21
3.5 Le lancement de la campagne	24
<b>Chapitre 4</b>	
<b>Etat d'avancement de la campagne</b>	<b>25</b>
4.1 Accès à l'état d'avancement	26
4.2 L'état d'avancement	27



# Chapitre 1

## Quelques notions « théoriques »

	<b>1.1. Les différentes personnes qui composent votre CRM</b>	<b>5</b>
	1.1.1. Une hiérarchisation des personnes	5
	1.1.2. Ciblage des personnes dans une campagne marketing	5
	<b>1.2. Notions « informatiques » des campagnes marketing sous SugarCRM</b>	<b>6</b>
	1.2.1. L'URL de tracker	6
	1.2.2. L'Opt-Out	6



## 1.1. Les différentes personnes qui composent votre CRM

### 1.1.1. Une hiérarchisation des personnes

Dans SugarCRM, les informations sont hiérarchisées en fonction de « l'importance » d'une personne par rapport à votre entreprise. On y trouve donc :

- **Les prospects** : ce sont des personnes extérieures à votre entreprise que vous souhaiteriez avoir comme client et vers lesquelles vous allez entreprendre des actions de marketing.
- **Les leads / pistes**: ce sont des personnes extérieures à votre entreprise, qui sont intéressées par vos produits et/ou services mais avec qui vous n'avez pas encore traité d'affaires. Ainsi, un prospect qui viendrait à visiter votre site Internet après une campagne marketing devrait être converti en piste.
- **Les contacts** : ce sont des personnes extérieures à votre entreprise, avec qui vous avez déjà traité des affaires. Ainsi une piste avec laquelle vous traiteriez une affaire (ou opportunité) devrait être convertie en contact.
- **Les utilisateurs** : ce sont des personnes internes à votre entreprise qui utilisent SugarCRM comme vous.

### 1.1.2. Ciblage des personnes dans une campagne marketing

Lorsque vous lancez une campagne marketing, vous allez effectuer un ciblage. En effet, vous n'allez pas lancer votre campagne marketing auprès de tous les contacts, pistes, prospects et utilisateurs de votre CRM. Vous allez cibler les personnes qui sont concernées par votre campagne marketing.

Par conséquent, vous allez créer dans SugarCRM des **listes de cibles**. Ces cibles peuvent être des prospects, des pistes, des contacts et/ou des utilisateurs.

On peut donc définir une cible comme une personne concernée par la campagne marketing que vous voulez lancer. L'ensemble des cibles pour une même campagne forme alors une **liste de cibles**.

Une même liste de cibles peut être utilisée pour plusieurs campagnes marketing. De même, une campagne marketing peut être concernée par plusieurs listes de cibles.



Par exemple, si vous réalisez une première campagne marketing auprès des hommes vivant à Paris, une seconde auprès des hommes vivant à Lyon puis une troisième auprès des hommes vivant à Paris ou à Lyon, pour la 3<sup>ème</sup> campagne, vous pourrez utiliser les 2 listes de cibles créées pour les campagnes 1 et 2.

## 1.2. Notions « informatiques » des campagnes marketing sous SugarCRM

### Info

Ces notions ne concernent que les campagnes d'emailing.

### 1.2.1. L'URL de tracker

Lorsque vous lancerez une campagne par email (ou campagne d'emailing), vous souhaitez savoir si les cibles sont intéressées par votre proposition.

Pour ce faire, le plus simple est de créer une URL de tracker (ou tout simplement tracker). Il s'agit d'un lien dans le corps de votre email qui renvoie vers une page de votre site Internet. Lorsque la cible clique sur ce lien, l'information est envoyée à SugarCRM. Vous savez alors, dans l'état d'avancement de votre campagne, que telle ou telle cible a cliqué sur le lien (et est donc intéressée par votre proposition).

### 1.2.2. L'Opt Out

Lorsque vous lancez une campagne email, vous devez obligatoirement mettre un lien dans le corps du message permettant au destinataire de l'email de ne plus recevoir de campagne email de votre part. Ce lien s'appelle un **lien opt out**.

### Info

Dans SugarCRM, vous n'avez pas besoin de vous préoccuper de ce lien opt out : il est automatiquement ajouté à la fin de chaque message.

Si la cible clique sur ce lien, automatiquement sa fiche personnelle sera complétée : la case « Ne pas contacter par email » (  ) sera automatiquement cochée. D'autre



part, la cible ira s'ajouter dans le sous-panel « Demande d'Opt Out » ( ② ) de l'état d'avancement de la campagne. Enfin, lorsque vous lancerez une prochaine campagne email, même si cette cible est présente dans l'une des listes de cibles, elle ne recevra pas l'email.

**PROSPECTS: ANTOINE DURAND** Imprimer ? Aide

Nom :	M. Antoine Durand	Téléphone professionnel :	
		Portable :	
		Téléphone personnel :	
		Autre téléphone :	
Fonction :		Fax :	
Service :		Email :	adurand@exemple.com
Date anniversaire :		Autre Email :	
Nom du Compte :		Nom Assistant(e) :	
		Tél Assistant(e) :	
Ne pas appeler :	<input type="checkbox"/>	Ne pas contacter par email :	<input checked="" type="checkbox"/> ①
		Email non valide :	<input type="checkbox"/>
		Dernière modif. :	13/03/2007 13:37 par admin
Assigné à :	admin	Date de saisie :	13/03/2007 13:37 par admin
Adresse principale :		Adresse secondaire :	
Informations complémentaires :			

Figure 1.1 : Antoine Durand a cliqué sur le lien Opt Out : la case « Ne pas contacter par email » se coche alors.

**DEMANDE D'OPT OUT**

|<< Début / Précédent (1 - 2 sur 2) Suivant >> Fin |

Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
② Antoine Durand	adurand@exemple.com	Demande d'effacement	2007-01-26 15:24		



Figure 1.2 : Antoine Durand vient se rajouter dans le sous-panel Demande d'Opt Out





## Chapitre 2

# Paramétrage des campagnes par l'administrateur

 2.1. Création de la boîte email	9
 2.2. L'envoi par paquet	10

### Info

Ces paramètres ne peuvent être réalisés que par un administrateur de votre CRM.



## 2.1. Création de la boîte email

1. Cliquez sur **Administration** ( ① ) puis sur **Gérer les boîtes Email** ( ② )

The screenshot shows the SugarCRM Administration interface. At the top, there is a navigation bar with 'Administration' highlighted and circled with a red 1. Below this, there are several sections: 'RÉSEAU SUGARCRM', 'ADMINISTRATION DU SYSTÈME', and 'EMAIL'. In the 'EMAIL' section, the 'Gérer les boîtes Email' link is circled with a red 2.

Figure 2.1 : Administration

2. Cliquez sur **Surveiller une nouvelle boîte Email** ( ③ )

The screenshot shows the 'EMAILS ENTRANTS: ACCUEIL' page. On the left sidebar, under 'RACCOURCIS', the 'Surveiller une nouvelle Boîte Email' link is circled with a red 3. The main content area shows a form for configuring incoming email settings, including a 'Case Macro' field and a 'Sauvegarder la source brute' checkbox.

Figure 2.2 : Boîtes des Email entrants

3. Complétez le formulaire en choisissant, dans **Actions Possibles** ( ④ ), **Gestion des retours** ( ⑤ )



**PARAMÈTRES DES EMAILS ENTRANTS :** ? Aide

⑥ Sauvegarder   Annuler   Tester les Paramètres \* Champs requis

---

**RÉGLAGES DE BASE**

Nom : \*       Statut :  ▼

Adresse du Serveur Email : \*       Identifiant : \*

Protocole du Serveur Email : \* --Aucun(e)-- ▼      Mot de passe : \*

Port du Serveur Email : \*

Utiliser le protocole SSL :       Laisser les Messages sur le Serveur :       Importer uniquement depuis la dernière vérification

---

**GESTION DES OPTIONS EMAIL**

④ Actions Possibles :  ⑤      Modèle de Réponse automatique : --Aucun(e)-- ▼      Créer

Assigné au Groupe : -- Créer un groupe de boîtes Email en sauvegardant -- ▼      Nom dans "De" :  Par défaut : SugarCRM

Adresse dans "De" :  Par défaut : do\_not\_reply@example.com

Pas de réponse automatique dans ce domaine :  🔍

Figure 2.3 : Administration

4. Cliquez sur le bouton **Sauvegarder** ( ⑥ )

## 2.2. L'envoi par paquet

### Info

#### Que se passe-t-il lors de l'envoi des emails ?

Un petit programme appelé CRON, programmé pour se lancer à intervalles réguliers va se charger d'envoyer les emails.

A la date et l'heure spécifiées au moment de la création de l'email marketing, le cron va exécuter un script (programme) de lancement qui va lancer vos emails par paquets de 500 emails / 30 secondes. Ainsi, toutes les 30 secondes, 500 emails seront envoyés.

#### Pourquoi 500 à la fois et toutes les 30 secondes ?

SugarCRM est programmé en PHP. Or en PHP, un script doit s'exécuter obligatoirement en moins de 30 secondes sans quoi il faut attendre la prochaine exécution (donc ici, le prochain passage du CRON) pour qu'il soit réexécuté. Par conséquent, SugarCRM a programmé le script pour qu'au bout de 30 secondes, il se relance automatiquement.

Quant aux paquets de 500, il s'agit d'une spécificité des webmailers. La plupart des webmailers sont programmés pour envoyer d'un coup (c'est-à-dire en un seul paquet) 500 emails. Par conséquent, il ne sert à rien à SugarCRM d'essayer d'en



envoyer plus : les emails en plus ne seront pas envoyés et il faudra les renvoyer dans le prochain paquet !

Vous pouvez cependant modifier le nombre d'emails envoyés par paquet. En effet, la valeur de 500 emails / 30 s est théorique. Cela dépend de votre connexion Internet, du temps de réponse de votre webmail et de la taille de l'email (en théorie 10 Ko). Si vous constatez que l'un de ces 3 paramètres pose problème (la plupart du temps, le problème vient de la taille de l'email, notamment quand il contient une ou plusieurs pièces jointes), modifiez la valeur du nombre de paquet comme suit :

1. Cliquez sur **Administration** (cf. Figure 2.4 – page 11 – ① ) puis sur **Configuration des emails** (cf. Figure 2.4 – page 11 – ② )

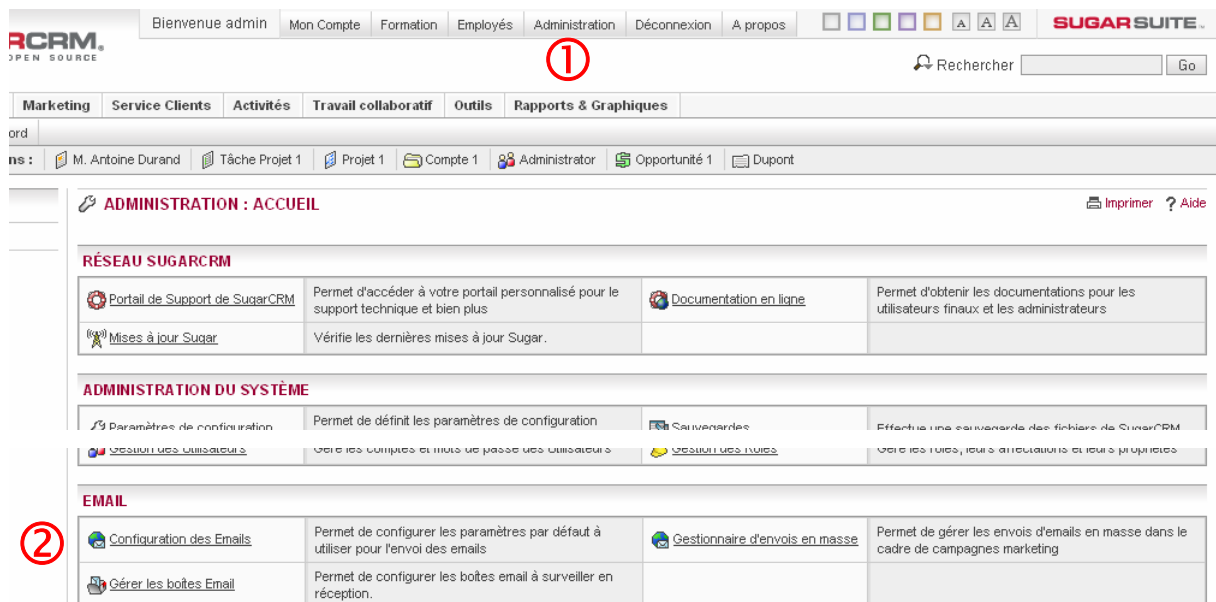


Figure 2.4 : Administration

2. Modifiez la valeur du **Nombre d'Emails envoyés par lot** ( ③ ) puis cliquez sur **Sauvegarder** ( ④ ).



Figure 2.5 : Configuration des emails

## Chapitre 3

# Programmer une campagne email

● 3.1.	La création de la campagne	13
	3.1.1. Création de la campagne	13
	3.1.2. Accéder à la fiche d'une campagne	14
	3.1.3. Modifier une campagne	15
● 3.2.	La création / sélection d'une liste de cibles	16
	3.2.1. Sélection d'une ou plusieurs listes de cibles	16
	3.2.2. Création d'une liste de cibles	17
● 3.3.	La création du lien de tracker	20
● 3.4.	La création du modèle d'email	21
● 3.5.	Le lancement de la campagne	24

### Info

Nous supposons que vous utilisez le thème **Sugar** et que vous avez configuré la logique de navigation sur **Modules groupés**.



Une campagne email se programme en 5 étapes :

1. La création de la campagne
2. La création ou la sélection des listes de cibles
3. La création du lien de tracker (optionnel)
4. La création du modèle d'email
5. Le lancement de la campagne

## 3.1. La création de la campagne

### 3.1.1. Création de la campagne

La création de la campagne est très rapide :

1. Cliquez sur l'onglet **Marketing > Campagnes** ( ① ).
2. Cliquez sur **Créer une campagne** dans le menu de gauche ( ② ).
3. Le formulaire de saisie de campagne apparaît. Complétez-le en précisant au moins le nom de la campagne ( ③ ), le statut de la campagne ( ④ - Normalement, **Planifiée** à ce stade), la date de fin de la campagne ( ⑤ ), le type de campagne ( ⑥ ).
4. Une fois terminé, cliquez sur **Sauvegarder** ( ⑦ ).

The screenshot shows the SugarCRM 'Créer une campagne' form. The interface includes a top navigation bar with 'Marketing' selected, a left sidebar with 'Créer une campagne' circled in red (2), and a main form area with fields for 'Nom', 'Statut', 'Date de début', 'Date de fin', 'Type', 'Devise', 'Budget', 'CA attendu', 'Objectif', and 'Description'. Red circles 3-7 highlight the form fields and the 'Sauvegarder' button.

Figure 3.1 : Saisie d'une campagne



### 3.1.2. Accéder à la fiche d'une campagne

Pour accéder à la fiche d'une campagne.

1. Cliquez sur l'onglet **Marketing > Campagnes** ( ① ).
2. Vous arrivez alors sur la liste des campagnes. Vous avez maintenant 2 possibilités pour accéder à la fiche de la campagne :
  - a. Positionnez le curseur de la souris sur la petite flèche ( ▾ - ② ) qui précède la campagne : la fenêtre **Détails supplémentaires** ( ③ ) apparaît. Cliquez sur le petit icône télévision ( 📺 - ④ ). Vous accédez alors directement à la fiche de la campagne (figure 2.3).

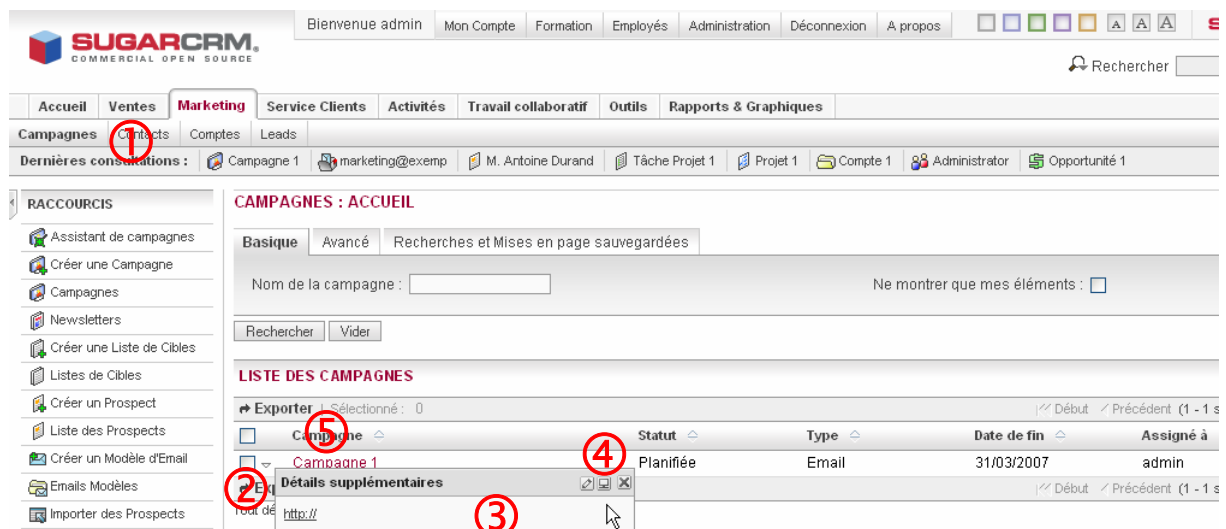


Figure 3.2 : Accéder à la fiche d'une campagne

- b. Cliquez sur le nom de la campagne ( ⑤ ).

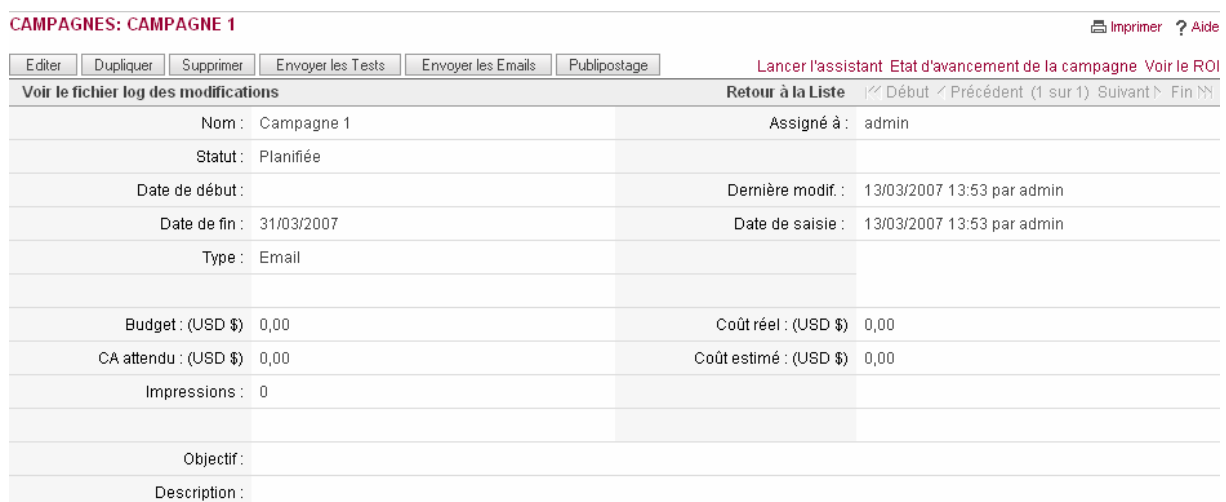


Figure 3.3 : Fiche d'une campagne



### 3.1.3. Modifier une campagne

Au fur et à mesure de l'avancement d'une campagne, son statut va changer. Vous pouvez aussi modifier les autres éléments de la campagne.

1. Cliquez sur l'onglet **Ventes & Marketing > Campagnes** ( ① ). Vous avez maintenant 2 possibilités pour modifier la campagne :
  - a. Positionnez le curseur de la souris sur la petite flèche ( ▾ - ② ) qui précède la campagne : la fenêtre **Détails supplémentaires** ( ③ ) apparaît. Cliquez sur le petit icône crayon ( ✎ - ④ ). Vous accédez alors directement à la page de saisie/modification de la campagne.

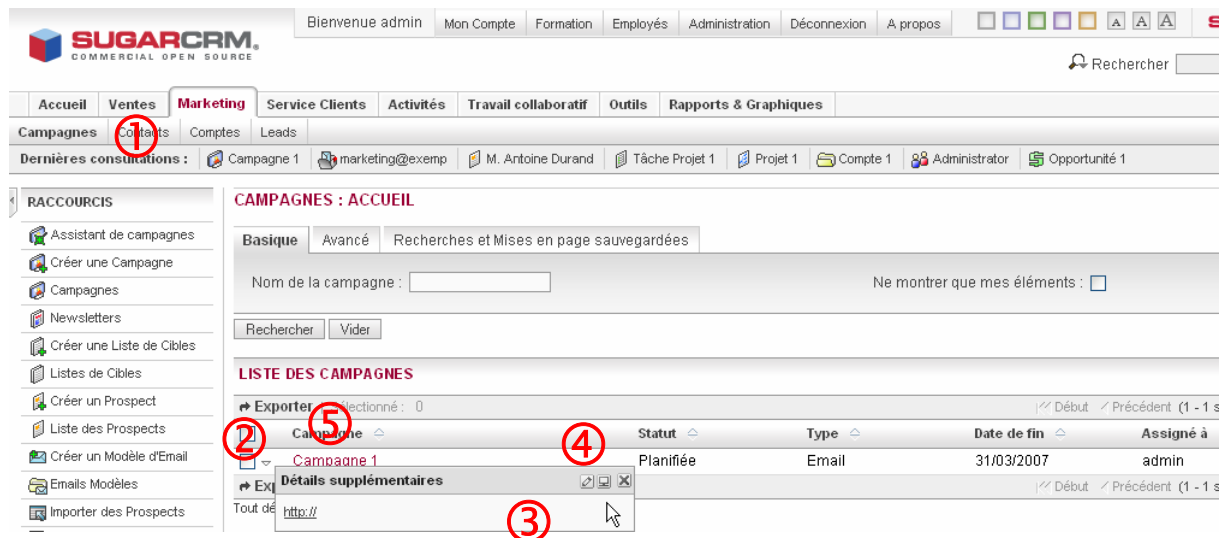


Figure 3.4 : Modifier une campagne

- b. Cliquez sur le nom de la campagne ( ⑤ ). Vous accédez alors à la fiche de la campagne. Cliquez sur le bouton **Editer** ( ⑥ ).

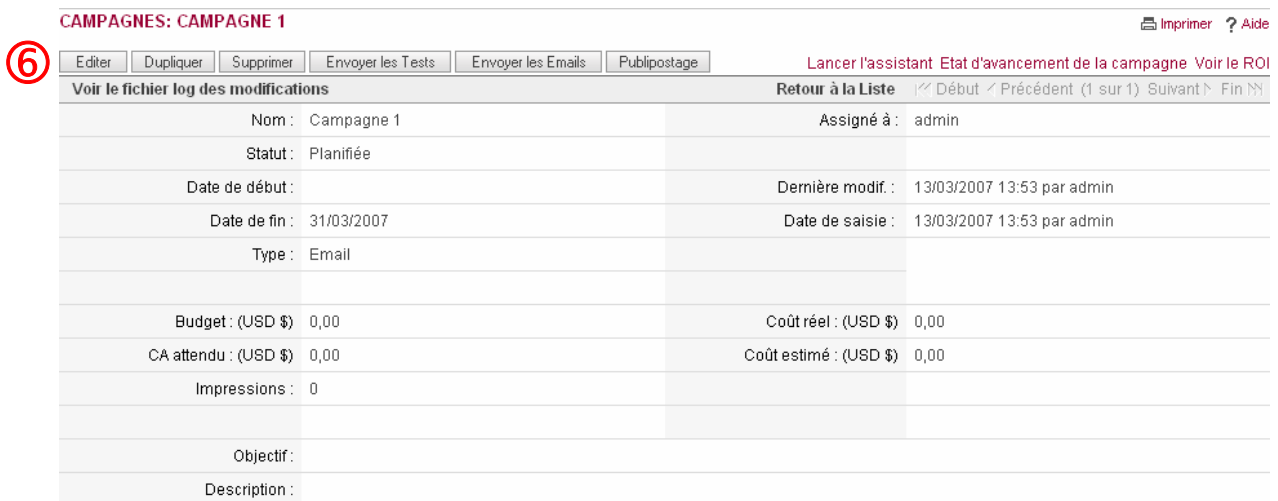


Figure 3.5 : Fiche d'une campagne





## 3.2. La création/sélection d'une liste de cibles

Maintenant que nous avons notre campagne, nous pouvons y ajouter une ou plusieurs listes de cibles.

### 3.2.1. Sélection d'une ou plusieurs listes de cibles

Si vous avez déjà des listes de cibles prêtes et que vous souhaitez utiliser pour cette campagne :

1. Allez sur la fiche de la campagne (voir 2.1.2)
2. Dans le sous-panel **Listes de cibles** ( ① ), cliquez sur le bouton **Sélectionner** ( ② ).

CAMPAGNES: CAMPAGNE 1 Imprimer ? Aide

Lancer l'assistant Etat d'avancement de la campagne Voir le ROI

Voir le fichier log des modifications Retour à la Liste << Début < Précédent (1 sur 1) Suivant > Fin >>

Nom :	Campagne 1	Assigné à :	admin
Statut :	Planifiée		
Date de début :		Dernière modif. :	13/03/2007 13:53 par admin
Date de fin :	31/03/2007	Date de saisie :	13/03/2007 13:53 par admin
Type :	Email		
Budget : (USD \$)	0,00	Coût réel : (USD \$)	0,00
CA attendu : (USD \$)	0,00	Coût estimé : (USD \$)	0,00
Impressions :	0		
Objectif :			
Description :			

All

① **LISTES DE CIBLES**

Créer Sélectionner ②

<< Début < Précédent (1 - 1 sur 1) Suivant > Fin >>

Nom de la liste	Description	Type	Inscrits	
⑤ Cible 1		Par défaut	1	éditer supprimer

Figure 3.6 : Fiche d'une campagne (2)

3. Une fenêtre s'ouvre (Figure 3.7 – page suivante).
4. Pour sélectionner une liste de cibles, cliquez sur son nom. Pour en sélectionner plusieurs, cochez les cases qui les précèdent ( ③ ) puis cliquez sur le bouton **Sélectionner** ( ④ ).
5. La ou les listes sélectionnées s'ajoutent alors dans le sous-panel **Listes de cibles** (Figure 3.6 - ⑤ ).

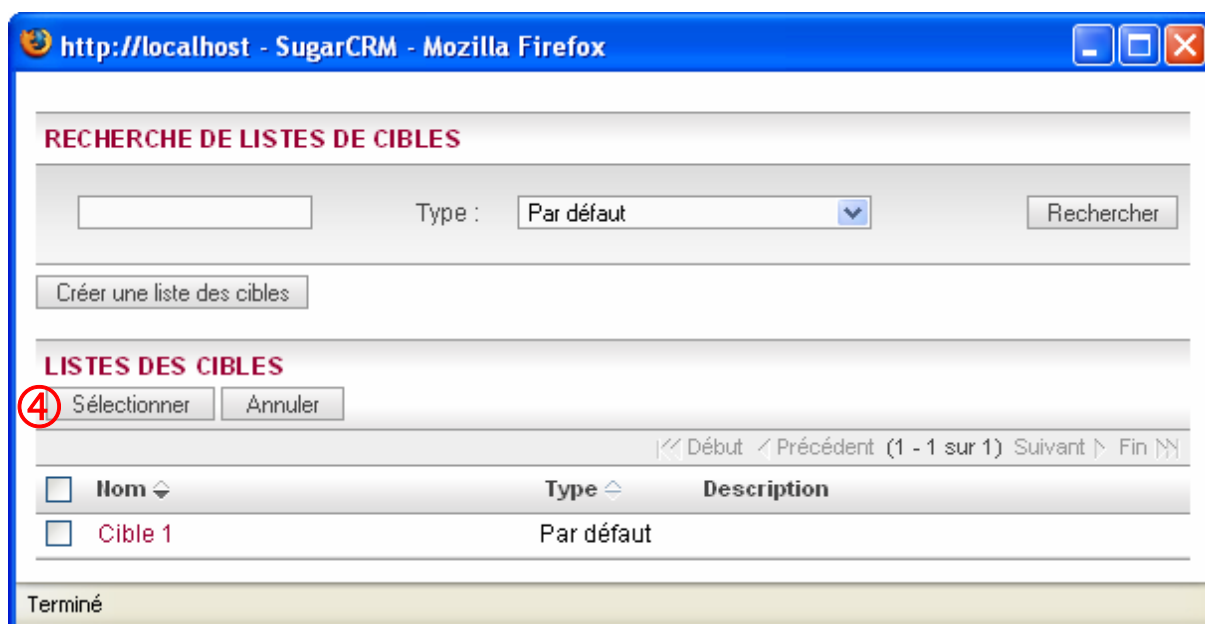


Figure 3.7 : Sélection d'une ou plusieurs listes de cibles

### 3.2.2. Création d'une liste de cibles

Pour créer une liste de cibles, 2 possibilités :

**Méthode 1 :** Si vous êtes sur la fiche de la campagne, dans le sous-panel Listes de cibles, cliquez sur le bouton **Créer** ( ① ).

**Méthode 2 :** Dans le menu de gauche, cliquez sur **Créer une liste de cibles** ( ② )

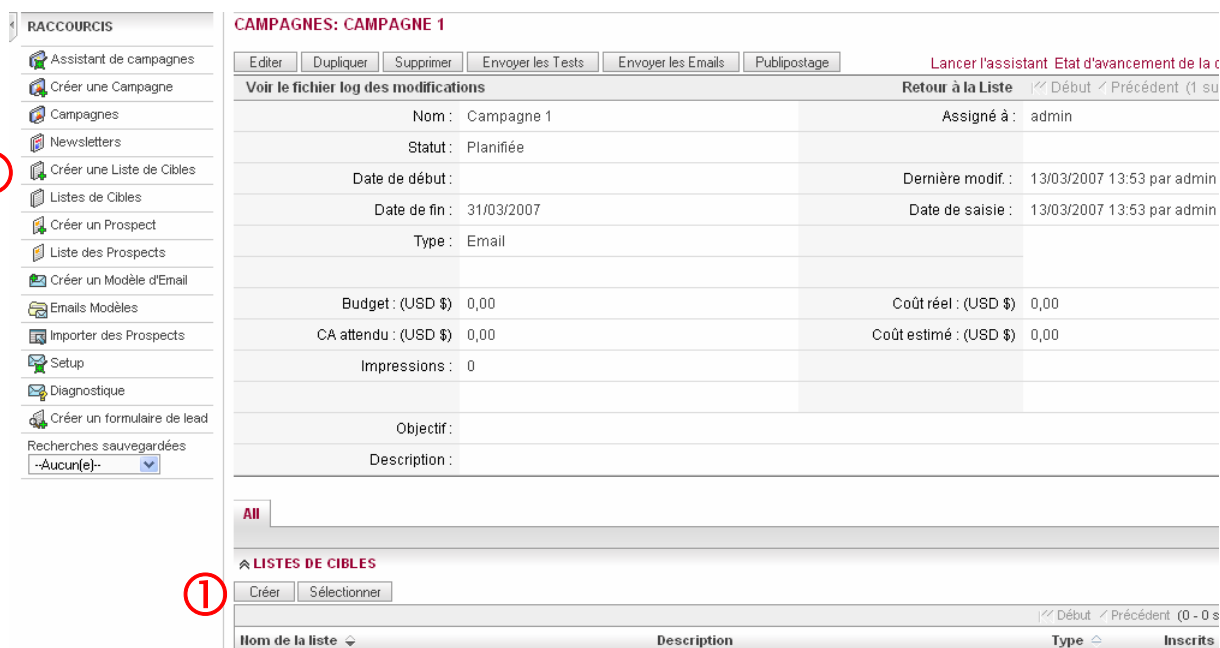


Figure 3.8 : Créer une liste de cibles



1. Vous accédez alors à la fiche de saisie d'une liste de cibles. Donnez lui un nom ( ③ ) et choisissez comme type **Par défaut** ( ④ ). Cliquez ensuite sur **Sauvegarder** ( ⑤ ).

Figure 3.9 : Fiche de saisie d'une liste de cibles

2. Si vous avez utilisé la méthode 1, vous revenez alors à la fiche de la campagne. Cliquez sur le nom de la liste pour y ajouter des cibles  
Si vous avez utilisé la méthode 2, vous accédez à la fiche de la liste.
3. Vous pouvez maintenant ajouter des prospects, des pistes, des contacts et/ou des utilisateurs comme cibles. Pour ce faire, dans le sous-panel correspondant, cliquez sur le bouton **Sélectionner** ( ⑥ ). Une fenêtre s'ouvre. Il ne vous reste plus qu'à sélectionner les personnes que vous souhaitez comme cibles.

### Conseil

Pour sélectionner une personne comme cible, cliquez sur son nom.

Pour en sélectionner plusieurs, cochez la case qui précède son nom ( ① ) puis cliquez sur le bouton **Sélectionner** ( ② ).

Pour sélectionner la liste complète de la page, cochez sur la case qui se trouve en haut de la liste ( ③ ) puis cliquez sur le bouton **Sélectionner** ( ② ).

Pour sélectionner uniquement les personnes dont le nom commence par la lettre A, tapez dans le champ **Nom** ( ④ ) la lettre A puis cliquez sur **Rechercher** ( ⑤ ).

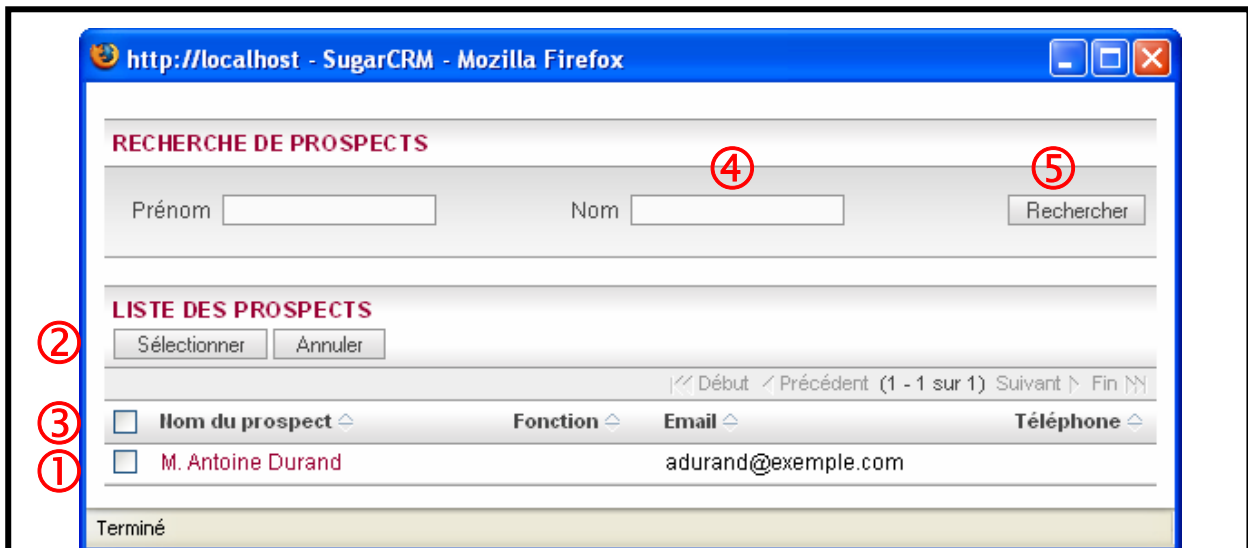


Figure 3.10 : Sélection de cibles

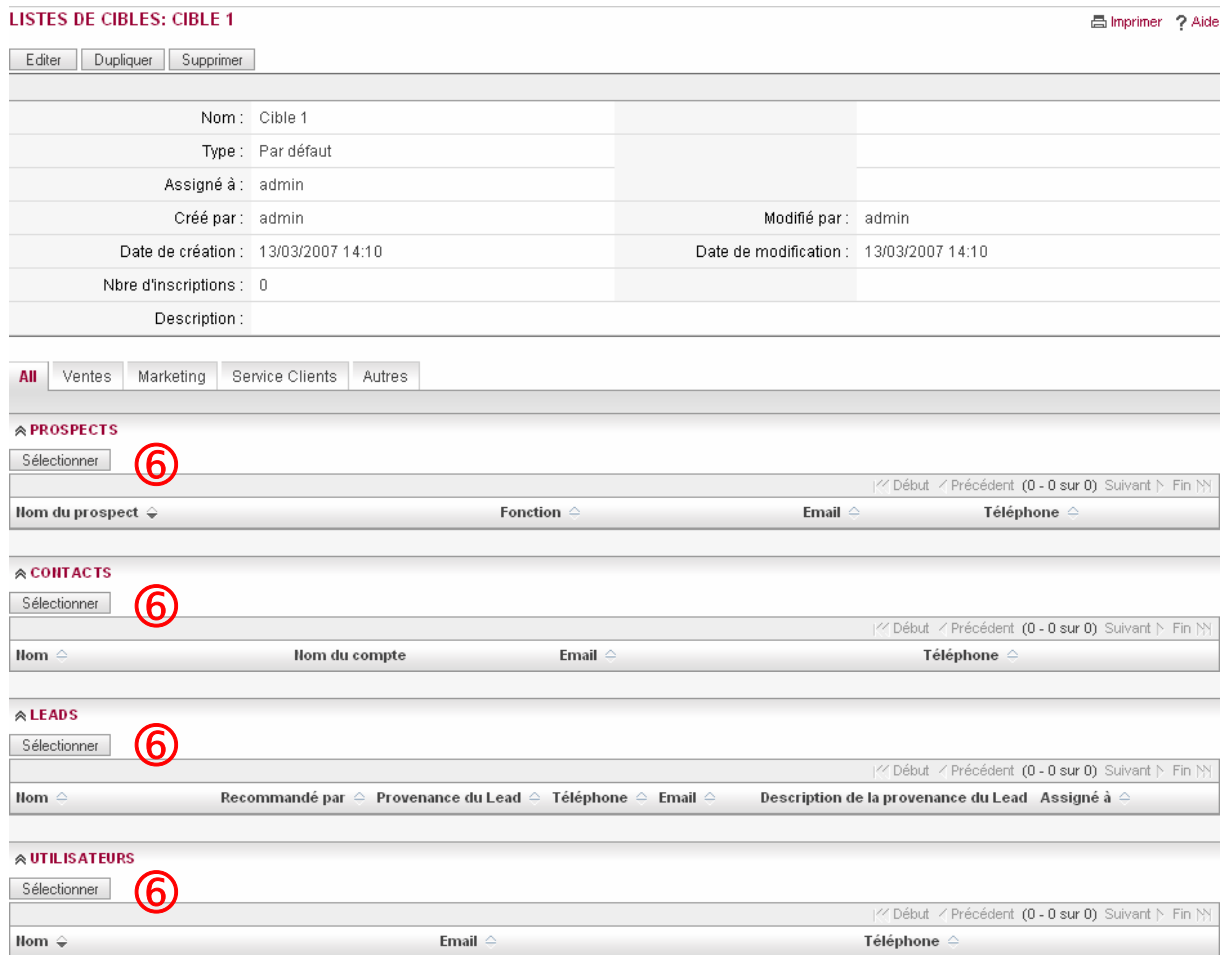


Figure 3.11 : Ajout de cibles

4. Si vous avez utilisé la méthode 2, vous devez maintenant spécifier que la liste de cibles doit être utilisée par la campagne. Reportez vous à la section 3.2.1



### 3.3. La création du lien de tracker

Cette partie est optionnelle : elle ne vous concerne que si vous voulez renvoyer les cibles vers une page de votre site suite à cette campagne.

#### Conseil

Il est possible de définir plusieurs liens de tracker pour une même campagne. Nous vous le déconseillons car lorsque les campagnes concernent un grand nombre de cibles, la gestion « par l'homme » des trackers devient vite difficile. D'autre part, cela risque de rendre le message de votre campagne « incompréhensible ».

Pour créer un lien de tracker :

1. Dans la fiche de la campagne, dans le sous-panel **URL du tracker** ( ① ), cliquez sur **Créer** ( ② )

**CAMPAGNES: CAMPAGNE 1** Imprimer ? Aide

[Editer](#) [Dupliquer](#) [Supprimer](#) [Envoyer les Tests](#) [Envoyer les Emails](#) [Publipostage](#)
Lancer l'assistant Etat d'avancement de la campagne Voir le ROI

**Voir le fichier log des modifications** [Retour à la Liste](#) [Début](#) [Précédent \(1 sur 1\)](#) [Suivant](#) [Fin](#)

Nom :	Campagne 1	Assigné à :	admin
Statut :	Planifiée		
Date de début :		Dernière modif. :	13/03/2007 13:53 par admin
Date de fin :	31/03/2007	Date de saisie :	13/03/2007 13:53 par admin
Type :	Email		
Budget : (USD \$)	0,00	Coût réel : (USD \$)	0,00
CA attendu : (USD \$)	0,00	Coût estimé : (USD \$)	0,00
Impressions :	0		
Objectif :			
Description :			

**ALL**

▼ **LISTES DE CIBLES**

① ▲ **URL DU TRACKER**

② [Créer](#) [Début](#) [Précédent \(0 - 0 sur 0\)](#) [Suivant](#) [Fin](#)

Nom	URL	Clé
-----	-----	-----

Figure 3.12 : Fiche d'une campagne

2. Vous accédez alors à la fiche de saisie du tracker. Donnez un nom à votre tracker ( ③ ) ainsi que l'adresse de la page vers laquelle vous voulez renvoyer la cible s'il clique sur le tracker ( ④ ).



**TRACKERS DE LA CAMPAGNE:** ? Aide

\* Champs requis

Nom de la Campagne : Campagne 1

Nom du Tracker : \*  Lien Opt-out ?

URL du Tracker : \*

Figure 3.13 : Saisie d'un tracker

3. Cliquez sur **Sauvegarder** ( ⑤ ). Vous revenez alors à la fiche de la campagne avec le sous-panel URL du tracker complété.

**URL DU TRACKER**

< Début   Précédent (1 - 1 sur 1) Suivant  > Fin  >>			
Nom	URL	Clé	
Tracker 1	http://www.exemple.com	1	<input type="button" value="éditer"/> <input type="button" value="supprimer"/>

Figure 3.14 : Sous-panel URL du Tracker après l'ajout d'un tracker

### 3.4. La création du modèle d'email

Nous pouvons maintenant créer notre modèle d'email c'est-à-dire l'email qui sera envoyé aux cibles.

Pour ce faire :

1. Dans la fiche de la campagne, dans le sous-panel **Email Marketing** (cf. Figure 3.15 – page 22 – ① ), cliquez sur **Créer** (cf. Figure 3.15 – page 22 – ② ).
2. Complétez la fiche qui s'ouvre en précisant :
  - a. Le nom du modèle
  - b. La boîte Email à utiliser
  - c. La date et l'heure de début d'envoi
  - d. Cochez la case « Toutes les listes de cibles dans cette campagne »
  - e. Le statut (le mettre sur **Actif**)
3. Pour le modèle d'email, soit vous utilisez un modèle déjà existant en le sélectionnant dans la liste proposée (Figure 3.16 – page 22 – ③ ), soit vous en créez un en cliquant sur **Créer** (Figure 3.16 – page 22 – ④ )



## Info

Pour modifier un modèle existant :

1. cliquez sur **Editer** (Figure 3.16 – page 22 – ⑤ )
2. Vous pouvez alors modifier le modèle comme bon vous semble.
3. Pour y ajouter le tracker (si vous avez défini un tracker pour la campagne), positionnez votre curseur à l'endroit où vous souhaitez insérer le tracker puis cliquez sur le bouton **Insérer une URL** ( ① ).
5. Le texte Texte du lien par défaut. ( ② ) va alors s'insérer dans le document. Modifiez le texte du lien.
6. Une fois terminé, cliquez sur le bouton **Sauvegarder** ( ③ ).

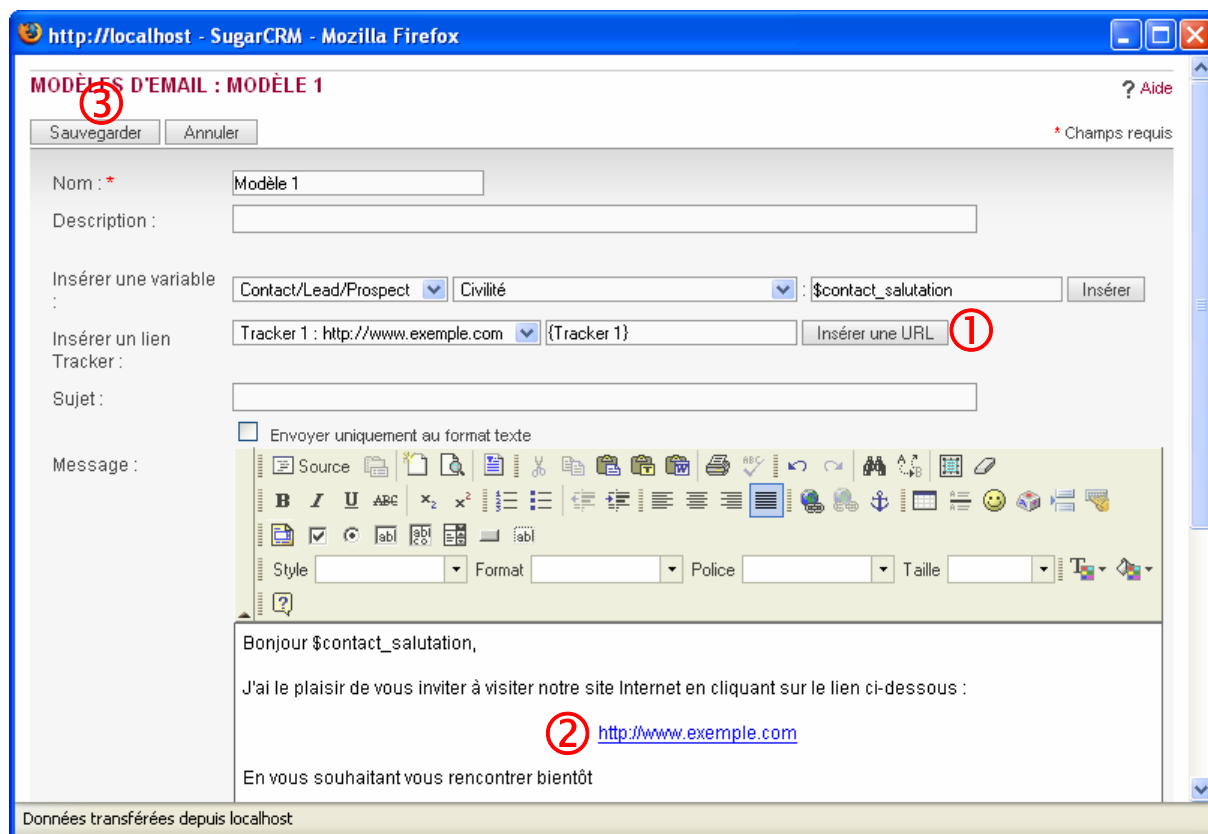


Figure 3.17 : Modèle d'email





## 3.5. Le lancement de la campagne

Nous arrivons au terme du processus de programmation d'une campagne.

Nous avons maintenant tous les éléments pour envoyer la campagne.

Pour ce faire :

1. Dans la fiche de la campagne, cliquez sur **Envoyer les Emails** ( ① ).

CAMPAGNES: CAMPAGNE 1 Imprimer ? Aide

Lancer l'assistant Etat d'avancement de la campagne Voir le ROI

Voir le fichier log des modifications Retour à la Liste << Début < Précédent (1 sur 1) Suivant > Fin >>

Norm :	Campagne 1	Assigné à :	admin
Statut :	Planifiée		
Date de début :		Dernière modif. :	13/03/2007 13:53 par admin
Date de fin :	31/03/2007	Date de saisie :	13/03/2007 13:53 par admin
Type :	Email		
Budget : (USD \$)	0,00	Coût réel : (USD \$)	0,00
CA attendu : (USD \$)	0,00	Coût estimé : (USD \$)	0,00
Impressions :	0		
Objectif :			
Description :			

Figure 3.18 : Fiche d'une campagne

2. La page suivante apparaît.

CAMPAGNE : ENVOYER LES EMAILS

VEUILLEZ SÉLECTIONNER LES MESSAGES DE LA CAMPAGNE QUE VOUS VOULEZ PLANIFIER :

<< Début < Précédent (1 - 1 sur 1) Suivant > Fin >>

<input checked="" type="checkbox"/>	Item	Listes des cibles
<input checked="" type="checkbox"/>	Email 1	Cible 1

<< Début < Précédent (1 - 1 sur 1) Suivant > Fin >>



Figure 3.19 : Lancer votre campagne

3. Cochez les messages que vous souhaitez envoyer ( ② ) puis cliquez sur le bouton **Planifier** ( ③ ).
4. Vous accédez alors à l'état d'avancement de la campagne. Cet état va vous permettre de suivre votre campagne (cf. Chapitre 4).



## Chapitre 4

# Etat d'avancement d'une campagne

 4.1. Accès à l'état d'avancement d'une campagne	26
 4.2. L'état d'avancement	27

---




Maintenant que la campagne est lancée, il faut pouvoir suivre son état d'avancement c'est-à-dire :

- Vérifier que les emails ont été envoyés
- Suivre les emails retournés car l'adresse email est invalide
- Suivre les demandes d'opt out
- Suivre les clics sur les trackers
- Suivre le « retour sur investissement » (ROI) de la campagne c'est-à-dire savoir le montant total des opportunités qui ont été créées par rapport au budget de la campagne.

## 4.1. Accès à l'état d'avancement

Pour accéder à l'état d'avancement d'une campagne, 2 possibilités :

1. Dans la liste des campagnes, cliquez sur le petit icône ressemblant à un graphique  ( ① )

LISTE DES CAMPAGNES					
↔ Exporter   Sélectionné : 0		↙ Début ↘ Précédent (1 - 1 sur 1) Suivant ▷ Fin ⇄			
<input type="checkbox"/>	Campagne	Statut	Type	Date de fin	Assigné à
<input type="checkbox"/>	Campagne 1	Planifiée	Email	31/03/2007	admin
↔ Exporter   Sélectionné : 0		↙ Début ↘ Précédent (1 - 1 sur 1) Suivant ▷ Fin ⇄			

Figure 4.1 : Accès à l'état d'avancement depuis la liste des campagnes

2. Dans la fiche d'une campagne, cliquez sur **Etat d'avancement de la campagne** ( ② )

CAMPAGNES: CAMPAGNE 1		②	Imprimer ? Aide
<a href="#">Editer</a> <a href="#">Dupliquer</a> <a href="#">Supprimer</a> <a href="#">Envoyer les Tests</a> <a href="#">Envoyer les Emails</a> <a href="#">Publipostage</a>		<a href="#">Lancer l'assistant</a> <a href="#">Etat d'avancement de la campagne</a> <a href="#">Voir le ROI</a>	
<b>Voir le fichier log des modifications</b>		<a href="#">Retour à la Liste</a> ↙ Début ↘ Précédent (1 sur 1) Suivant ▷ Fin ⇄	
Nom :	Campagne 1	Assigné à :	admin
Statut :	Planifiée		
Date de début :		Dernière modif. :	13/03/2007 13:53 par admin
Date de fin :	31/03/2007	Date de saisie :	13/03/2007 13:53 par admin
Type :	Email		
Budget : (USD \$)	0,00	Coût réel : (USD \$)	0,00
CA attendu : (USD \$)	0,00	Coût estimé : (USD \$)	0,00
Impressions :	0		
Objectif :			
Description :			

Figure 4.2 : Accès à l'état d'avancement depuis la fiche d'une campagne



## 4.2. L'état d'avancement

L'état d'avancement comprend plusieurs sous-panels :

- ① **FILE D'ATTENTE DES MESSAGES**  

				< Début   Précédent (1 - 1 sur 1) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	ID du marketing	Date d'envoi	
Antoine Durand	adurand@exemple.com	Email 1	29/03/2007 11:00	
- ② **MESSAGES ENVOYÉS/TEINTÉS**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ③ **MESSAGES LUS**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ④ **LIENS CLIQUÉS**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ⑤ **LEADS CRÉÉS**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ⑥ **CONTACTS CRÉÉS**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ⑦ **RETOURNÉS, EMAIL INVALIDE**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ⑧ **RETOURNÉS, AUTRE**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ⑨ **DEMANDE D'OPT OUT**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom du destinataire	Email du destinataire	Type d'activité	Date de l'activité	Lié	Hits
Ajouter à la liste de prospects					
- ⑩ **LEADS**  

						< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Nom	Recommandé par	Provenance du Lead	Téléphone	Email	Description de la provenance du Lead	Assigné à
Ajouter à la liste de prospects						
- ⑪ **OPPORTUNITÉS**  

					< Début   Précédent (0 - 0 sur 0) Suivant  > Fin  >>
Opportunités	Nom du Compte	Phase de vente	Clos le	Montant	Assigné à
Ajouter à la liste de prospects					

Figure 4.3 : Etat d'avancement d'une campagne



Voici à quoi correspond chaque sous-panel :

1. **File d'attente des messages** : Comprend la liste des emails qui ont été mis dans la file d'attente. Pour chaque email, vous trouverez la date de la dernière tentative d'envoi (colonne **Date d'envoi**)
2. **Messages envoyés / tentés** : Comprend la liste des emails envoyés.
3. **Messages lus** : Comprend la liste des emails qui ont été lus par les cibles.
4. **Liens cliqués** : Si vous avez mis un tracker dans votre email, les cibles qui cliqueront sur le lien de tracker s'ajouteront dans ce sous-panel.
5. **Leads / Pistes Créés** : Si un prospect ciblé passe à l'état de lead / piste suite à la campagne, il s'ajoutera ici.
6. **Contacts créés** : Si un(e) lead / piste ciblé(e) passe à l'état de contact suite à la campagne, il s'ajoutera ici.
7. **Retournés, email invalide** : Si un email envoyé est retourné car l'adresse email est invalide, il sera indiqué ici. De plus, la case **Email non valide** sera cochée sur la fiche de la personne ciblée (Contact, Piste ou Prospect - ❶ )

PROSPECTS: ANTOINE DURAND Imprimer ? Aide

Nom :	M. Antoine Durand	Téléphone professionnel :	
		Portable :	
		Téléphone personnel :	
		Autre téléphone :	
Fonction :		Fax :	
Service :		Email :	adurand@exemple.com
Date anniversaire :		Autre Email :	
Nom du Compte :		Nom Assistant(e) :	
		Tél Assistant(e) :	
Ne pas appeler :	<input type="checkbox"/>	Ne pas contacter par email :	<input checked="" type="checkbox"/> ❷
		Email non valide :	<input checked="" type="checkbox"/> ❶
		Dernière modif. :	13/03/2007 14:37 par admin
Assigné à :	admin	Date de saisie :	13/03/2007 13:37 par admin
Adresse principale :		Adresse secondaire :	
Informations complémentaires :			

Figure 4.4 : Fiche d'un prospect

8. **Retournés, autre** : Si un email envoyé est retourné pour tout autre raison qu'une adresse email invalide (boîte email pleine, etc.), il sera indiqué ici.
9. **Demande d'opt out** : Si une cible clique sur le lien d'opt out à la fin du message, il sera indiqué ici. De plus, la case **Ne pas contacter par email** ( ❷ ) sera cochée sur la fiche de la personne ciblée.



10. **Leads / Pistes** : Ne concerne que les newsletters. Ce sujet sera traité dans une prochaine documentation.

11. **Opportunités** : Liste des opportunités créées suite à la campagne marketing.

Le sous-pannel « **Supprimé(s) par adresse Email ou par Domaine** » (Ⓢ) indique l'ensemble des cibles qui ont été exclues de l'envoi par Nom de domaine ou par adresse email.

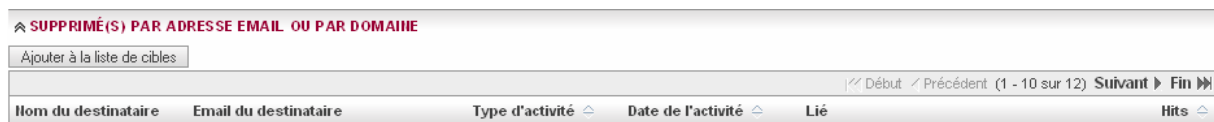


Figure 4.5 : Sous-pannel « Supprimé(s) par adresse Email ou par Domaine »

Exemple : Une campagne d'Emailing regroupe 4 listes de cibles. Parmi ces cibles, vous souhaitez que l'ensemble des personnes ayant une adresse email de type « nom@hotmail.com » ne reçoive pas d'email. Vous allez donc créer une liste de cibles de type « Cibles à Exclure – par domaine » et indiquer « hotmail.com » dans le champ « Aucun Email pour ce domaine » (Ⓢ).

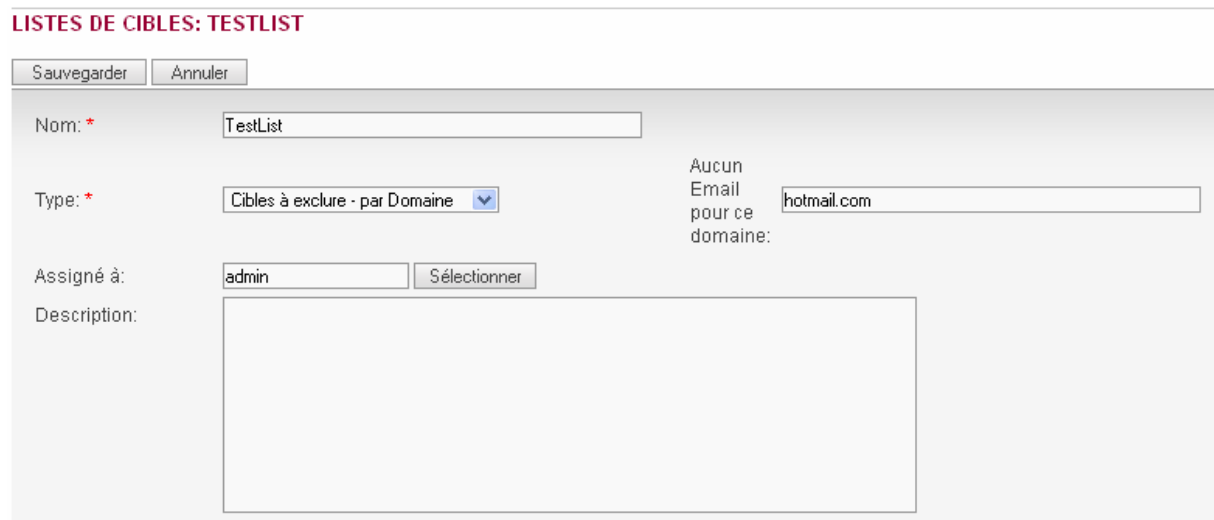


Figure 4.6 : Création d'une liste de cibles de type « Cibles à Exclure – par domaine »