



案例研究 //

电子邮件营销

# 精准的相关电子邮件帮助L'OCCITANE EN PROVENCE将收入提高了2500%

对于同时通过网店和实体店销售产品的零售商来说，电子邮件对于客户维系率和忠诚度至关重要。L'OCCITANE EN PROVENCE的在线零售商多年来一直使用电子邮件来开展营销活动，通过包邮和购物有礼等信息吸引客户购物。

营销团队尽量在电子邮件营销中尽量复制L'OCCITANE现场购物的愉悦感受。他们将这些营销活动称为窗口，因为其形式和内容非常贴近实体店大约三周一更新的橱窗。

但是，在线提供店内购物体验非常复杂。电子邮件的“可用空间”是有限的。若在电子邮件中如同在店内一样悉数摆列出产品，令人接收方感到厌烦。因此，营销人员必须精心挑选出在电子邮件中宣传的物品。

除这个挑战外，营销人员还意识到许多消费者现在都饱受电子邮件充斥之苦。随着烦扰他们的电子邮件数量越来越多，电子邮件营销的回报率也越来越小。客户对电子邮件逐渐失去了兴趣。如想扭转这些趋势，营销人员必须通过更加智慧、有效地分割客户群以及全面测试电子邮件内容和提议来提高电子邮件的精准性。

### 部署吸引客户的解决方案

为实现这些目标，L'OCCITANE将Coremetrics在线营销及业务优化解决方案的威力与业界领先的e-Dialog电子邮件营销解决方案结合在一起。Coremetrics LIVEmail™与e-Dialog基于许可的电子邮件

营销服务和数据库技术的紧密集成帮助L'OCCITANE显著提高了电子邮件打开率、净点开率、转换率、及每封电子邮件生成的收入。

### 卓越的成效

L'OCCITANE Immortelle营销活动取得的成效强有力地证明了使用行为web分析数据来分割客户以及基于产品相关性来交付精准信息的价值。营销人员创建了由近期曾通过Immortelle护肤品在线网站购买过产品、曾保存过产品、或者曾浏览过产品的访客组成的客户群，并且将这个客户群的营销结果与控制组进行比较，当然，公司给这两组客户发送的电子邮件中采用了完全相同的创意性主题。

如下表所示，第一组客户的各项主要绩效指标均领先于控制组。尤其是转换率高出17倍，每封电子邮件生成的收入高出了25倍。

“通过基于行为分割访客并且据此来定制电子邮件内容，我们能够提高高度个性化的信息，借此来提高打开率、转换率及每封电子邮件的收入。我们还能更好地推荐精品店的备选商品。自此，我们不再猜测客户，而是去真正提供他们感兴趣的东西。”  
— L'OCCITANE EN PROVENCE 电子营销部总监

	个性化电子邮件， 通知购物有礼	控制组
打开率	43.1	26.1%
净点开率	19.5%	3%
转换率	2.43	0.14%
每封电子邮件生成的收入	\$2.84	\$0.11

### 丰富的洞察力

依据Immortelle营销计划，营销人员还测试了购物送礼的效力。营销人员为使用同等价位Immortelle护肤品的访客创建了两个版本的电子邮件。这两个电子邮件的内容和主题完全相同，唯一的不同是其中一个邮件中包含购物有礼的消息。

如下表所示，带有购物有礼消息的电子邮件，其平均收入是另一个版本的1½倍。通过这个信息，营销人员可计算出ROI增量并且确定包含购物有礼内容的提议更能吸引客户投资购买更多产品。

	个性化电子邮件，不带购物有礼内容	个性化电子邮件，通知购物有礼
打开率	41%	43.1%
净点开率	19.9%	19.5%
转换率	1.5%	2.43%
每封电子邮件生成的收入	\$1.92	\$2.84

### 更多优势

营销人员意识到精准分割和锁定客户的能力对于长期提高电子邮件渠道的总体绩效至关重要。除外，更具个性化的消息也能提高对客户吸引力并且推动客户重复购买产品。

Coremetrics LIVEmail与e-Dialog的联合解决方案还允许L'OCCITANE利用以前不曾出现在电子邮件营销中的二级店内促销活动。通过这些提议与对相关产品感兴趣的客户群进行匹配，营销人员增加了有助于提高底线收益的销售收入。

如想详细了解Coremetrics或者观看产品演示，请与当地的客户代表联系，致电1.866.493.2673或者访问coremetrics.com

### 关于L'OCCITANE EN PROVENCE

30多年以来，普罗旺斯未被开垦的土地及其神秘的传统和工艺一直是L'OCCITANE护肤品的秘密和灵感来源。L'OCCITANE从地中海艺术及普罗旺斯的传统工艺中吸取灵感，开发出了有利于身心健康的纯天然护肤品。公司通过遍布70多个国家的专卖店及usa.loccitane.com网站销售产品。



公司总部  
1840 Gateway Drive  
San Mateo, CA 94404

[Coremetrics.com](http://Coremetrics.com)