

Symantec automatiza a sua relação com o cliente com a gestão do conteúdo dinâmico em modo Up e Cross selling

Symantec é o líder mundial das tecnologias de segurança e de proteção dos dados na Internet para particulares e PME/PMI. Em 2002, Symantec procura a Cabestan para animar o seu programa de fidelização de email Marketing que comporta mais de 8 milhões de inscritos com uma problemática internacional: uma newsletter para 28 línguas em 200 países.

INTEGRAÇÃO DAS INFORMAÇÕES COMERCIAIS DO CLIENTE

A Symantec recorre ao Email Marketing para apoiar a sua estratégia comercial e suportar as suas ofertas de produtos. Symantec beneficia das vantagens deste canal para acompanhar o cliente no seu ciclo de vida. No final de cada ano, Symantec relança aos seus clientes a renovação da licença, através da prática de up-selling para orientar a escolha do internauta através de uma subida de gama.

O cross-selling é igualmente aplicado, uma vez que são também propostas soluções complementares e associadas para alargar a oferta de produto.

Para estimular as ofertas de produtos é essencial conhecer o cliente, identificando as suas necessidades e os seus hábitos de consumo, graças às informações comportamentais com vista a permitir a pertinência dos conteúdos automatizados. A Symantec define, portanto, a sua estratégia de comunicação em função do ciclo de vida de cada um dos seus clientes, implementando esta relação através do seu programa de fidelização: Club Symantec.

O DISPOSITIVO CLUB SYMANTEC

- > **Email de boas-vindas:** receber o inscrito desde o momento da inscrição e fomentar a relação com uma oferta.
- > **Newsletter mensal**
- > **Inquérito de satisfação:** medir a satisfação do cliente, melhorar o conhecimento sobre o cliente.
- > **Email de reativação:** "Wake-up" para os clientes que não tenham mostrado atividade nos últimos 3 meses.
- > **Questionário de desinscrição:** conhecer os motivos da desinscrição para agir em função das respostas.

DEFINIÇÃO DE CENÁRIOS DE CAMPANHAS AUTOMATIZADOS EM MAIS DE 20 PAÍSES

Quando se está presente em 200 países, com uma newsletter declinada em 28 línguas, é essencial criar cenários e automatizar ao máximo a relação com o cliente. Deste modo, a Cabestan acompanha a Symantec de forma personalizada graças ao seu know-how na matéria, para automatizar as suas campanhas de email marketing em mais de 20 países.

RESULTADOS POSITIVOS

- > Taxa de abertura média de **26%**
- > Taxa de conversão de **5%**

OS PONTOS FORTES DA CABESTAN SEGUNDO SYMANTEC

A experiência - Especialização da Cabestan no Email Marketing de mais de 10 anos.

O acompanhamento - Seguimento personalizado da Cabestan que responde sistematicamente a cada pedido particular.



Graças ao seu 'know-how' na matéria, a Cabestan trouxe-nos sempre soluções para animar a nossa relação com o cliente internacional, com um serviço de acompanhamento dedicado.

Emilie Desgrange
Responsável pelo Programa de Fidelização via Internet

