



## Cas client

### Atol optimise la délivrabilité de ses campagnes e-mailing avec Sarbacane 3 dans le but de sensibiliser au bien être visuel

Hem, le 25 novembre 2009 – Atol, la quatrième enseigne d'optique en France, utilise le logiciel d'e-mailing Sarbacane 3, développée par la société GOTO Software, afin d'optimiser la délivrabilité de ses campagnes e-mailing dont l'objectif est de sensibiliser au bien être visuel.

#### Un besoin urgent de professionnaliser son e-mailing

Le vieillissement de la population et la plus forte exposition à des médias interactifs, et ce dès le plus jeune âge, ont généralisé le port de verres correctifs. Ces deux phénomènes portent ce marché vers le haut : avec plus de 28 millions de verres vendus en France en 2008<sup>(1)</sup>, l'optique occupe actuellement le second rang en valeur des biens d'équipement, juste derrière les écrans plats.

Confronté à un marché porteur mais très concurrentiel, Atol a souhaité soutenir sa communication mass média, conduite par deux porte-parole, Antoine et Adriana Karembeu, en professionnalisant sa manière de concevoir l'e-mailing dans le but de sensibiliser un public soucieux de mieux appréhender sa vision et de se protéger efficacement.

Or, comme le souligne Olivier Ayme, Webmaster chez les Opticiens Atol, l'engouement des Français pour la marque a obligé la société à se doter d'une solution e-mailing capable d'optimiser la délivrabilité et de traiter une base de données désormais composée de 100 000 contacts : « Nous constituons nos fichiers à l'aide des adresses que nous récoltons à travers nos concours et autres actions promotionnelles. Mais un jour nous avons été bloqués par notre fournisseur d'accès Internet du fait que nous envoyions nos messages à un trop grand nombre de destinataires. Nous nous sommes depuis équipés du logiciel Sarbacane 3 afin de pallier à ce problème ».

**ATOL**  
LES OPTICIENS

Rien Que Pour Vos Yeux l'news  
Newsletter numéro 4 - Octobre 2009

Découvrez les astuces pour optimiser votre vision au volant, Bénéficiez de l'exclusivité Atol du moment, Et participez à notre Grand Jeu Concours. En bref et en quelques clics, voici l'actualité des opticiens Atol.

**Sécurité au volant... Comment bien voir en toutes circonstances**

**C'est bien connu : au volant, la vue, c'est la vie !** Presque toute l'information nécessaire à la conduite transite par vos yeux. Et pourtant, sur 40 millions de conducteurs en France, près de 20% circulent avec un défaut de vision mal corrigé...

Alors, soyez vigilant ! Pour conduire en toute sérénité, quelques règles et principes simples s'appliquent...

► [Découvrez-les en lisant l'article « Sécurité au volant... Comment bien voir en toutes circonstances ». Cliquez-ici](#)

**Optez pour les nouvelles couleurs de la collection personnalisable\* Atol !**

**Vous portez des lunettes et vous souhaitez pouvoir adapter votre monture à votre look en un clin d'œil...** Découvrez l'exclusivité Atol : la nouvelle collection personnalisable\*, portée par Adriana Karembeu. Avec ses motifs inspirés de la nature, vous pouvez réaliser jusqu'à 1 000 combinaisons pour habiller votre regard.

Afin d'être en accord avec ses valeurs : citoyenneté, respect de l'environnement, qualité... la collection a été dessinée et fabriquée dans le Jura français.

► [Pour en savoir plus sur cette collection et découvrir les modèles. Cliquez-ici](#)

\*Offre soumise à conditions. Voir les conditions en cliquant sur le lien

**Participez au nouveau GRAND JEU ATOL et gagnez<sup>(1)</sup> peut-être 1 séjour pour 2 personnes à New York !**

**1 séjour pour 2 personnes à New York<sup>(1)</sup>**

**Grand Jeu ATOL**

Jusqu'au 31 décembre 2009, Jouez pour tenter de gagner<sup>(1)</sup> par tirage au sort :

1 séjour pour 2 personnes à NEW YORK  
Ou encore 1 mini ordinateur portable  
Ou 1 nouvelle lampe Eveil Lumière Philips

► [Pour jouer, il vous suffit de cliquer-ici](#)

(1) Voir le règlement du Grand Jeu Atol en cliquant sur le lien

#### L'art de sensibiliser par l'e-mailing

Depuis 4 mois, « Rien que pour vos yeux », une newsletter mensuelle grand public, relaye une information personnalisée et plus proche des consommateurs, des caractéristiques que ne peuvent pas offrir la publicité TV ou la presse, dont la destinée est de promouvoir des discours plus transversaux.

Celle-ci promulgue des conseils afin d'améliorer la vision lors de situations à risque et informe le public sur les dernières offres promotionnelles en cours de la marque.

Mathieu Tarnus, Directeur Marketing du logiciel Sarbacane, décrypte cette manière de communiquer : « La newsletter permet de créer une relation plus personnelle entre la marque avec son public, ce que ne permet pas toujours les médias de masse traditionnels. Atol illustre parfaitement ce constat en utilisant le logiciel Sarbacane pour une communication plus ciblée et plus individuelle avec sa clientèle. »



### **Des résultats probants et une tendance à la personnalisation**

Olivier Ayme explique que l'utilisation du logiciel d'e-mailing Sarbacane 3 a offert de nombreux avantages aux opticiens Atol : « *Cela a permis de nettoyer nos bases et d'accroître notre délivrabilité* ».

La fonction de SRP (Service de Routage Professionnel) a résolu le problème de départ qui voyait les campagnes des opticiens Atol bloquées par le fournisseur d'accès Internet. Les messages sont dorénavant délivrés de façon optimale et l'entreprise a pu affiner de façon automatique sa base de 100 000 adresses, grâce à la gestion automatique des désabonnements et des NPAI.

Le taux d'ouverture des campagnes envoyées par Atol avoisine les 10 %. Un chiffre prometteur qu'Olivier Ayme aimerait faire évoluer dans les prochains mois « *L'e-mailing demeure un moyen à privilégier et notamment en personnalisant davantage nos campagnes* ».

(1) (source GfK Retail and Technology France)

### **A Propos de Sarbacane :**

Le logiciel Sarbacane compose la division e-mailing de la société GOTO Software

Lancé en 2001, la première version a très vite reçu les faveurs des professionnels du marketing qui ont trouvé en lui l'outil adapté à leurs problématiques croissantes en matière d'e-mailing. Simplicité, confort d'utilisation et intuitivité sont des caractéristiques qui ont été ajoutées aux versions suivantes.

Sarbacane 3, lancé en mars 2008, propose une nouvelle infrastructure de routage, le SRP. 3 500 clients sont déjà fidèles à cette nouvelle version.

### **A propos des Opticiens ATOL**

Fondé en 1972 sous forme de groupement coopératif, ATOL (l'Association des Techniciens en Optique et Lunetterie) est aujourd'hui la 4<sup>ème</sup> enseigne du marché de l'optique en France. Le réseau compte plus de 700 magasins à l'enseigne et développe un chiffre d'affaires fin 2007 de plus de 306 millions d'euros. En mai 2008, ATOL devient le premier réseau national d'Opticiens certifiés ISO 9001 apportant une garantie de la qualité du service consommateur.

Elle appuie son développement sur sa structure 100% coopérative, contrôlée par des opticiens de métiers, et animée par des professionnels compétents, tournés avant tout sur la qualité du produit, la formation de ses professionnels, et une implication sur le terrain pour la santé visuelle.

L'enseigne est d'ailleurs partenaire de l'ASNAV, l'Association Nationale pour l'Amélioration de la Vue.

Plus d'informations : [www.opticiens.atol.com](http://www.opticiens.atol.com)

### **Contact presse**

Benoît RENART

+33 (0) 328 328 328 poste 236

[brenart@goto.fr](mailto:brenart@goto.fr)