

OBJECTIFS

- ☐ Comprendre les fonctionnalités et le périmètre du module SMARTMESSAGING
- □ Savoir activer des campagnes de communication automatisées et ponctuelles
- ☐ Cibler correctement les destinataires des campagnes
- Rédiger et mettre en forme les modèles de communication
- Spécial réseaux : Créer des template de mails
- Envoyer des communications depuis une fiche membre
- ☐ Consulter l'historique des envois par campagne et sur la fiche membre

SOMMAIRE - SMARTMESSAGING

Chapitre I

Vue d'ensemble et paramètrage pré requis au module Smartmessaging

Chapitre II

Les communications ponctuelles

Chapitre III

Les communications automatisées

Chapitre IV

Spécial Réseaux : Créer des template de mails réutilisables

Chapitre V

Le communications depuis une fiche membre

Chapitre VI

Historique des envois

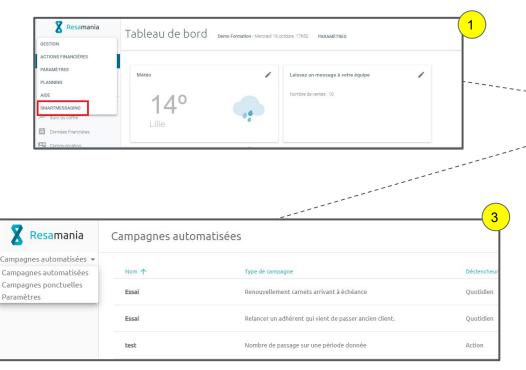


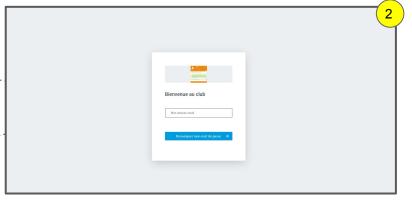
Vue d'ensemble et paramètrage préalable du module Smartmessaging



Vue d'ensemble et paramètrage préalable du module Smartmessaging







- 1 Le menu Smartmessaging est disponible dans la barre déroulante principale.
- 2 Lorsqu'on clique dessus, il est possible de devoir se reconnecter avec ses identifiants habituels.
- Une fois sur l'interface, trois sous-menus donnent accès aux campagnes automatisées, aux campagnes ponctuelles ainsi qu'aux paramètres Smartmessaging.

Vue d'ensemble et paramètrage préalable du module Smartmessaging



Ce module rassemble les deux fonctionnalités principales permettant de communiquer avec ses adhérents depuis Resamania.

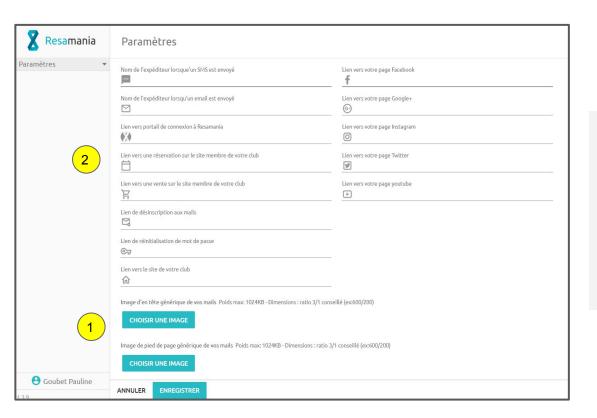
Les campagnes automatisées sont programmées à l'avance et sont envoyées par Resamania automatiquement en fonction des critères/situations renseignés.

Par exemple : je veux que les membres reçoivent un mail/sms de confirmation lorsqu'ils s'inscrivent à une activité sur le planning.

Les campagnes ponctuelles sont envoyées en "one shot", de manière immédiate aux adhérents qui sont concernés en fonction des critères.

Par exemple : je veux prévenir mes adhérents de la journée porte ouverte de samedi prochain.

Vue d'ensemble et paramètrage préalable du module Smartmessaging



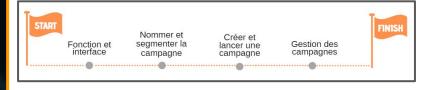


Depuis le sous-menu "Paramètres", vous pouvez personnaliser vos campagnes...

- En ajoutant les images présentes en bandeau de tête et/ou pied de mail sur toutes vos campagnes
- 2 En configurant des liens de renvois vers vos pages facebook, twitter, instagram... qui pourront figurer dans vos mails grâce aux balises.*



Les communications ponctuelles





Une campagne **de communication ponctuelle** a pour objectif de communiquer auprès des membres du club en "one-shot". Cette fonctionnalité permet d'envoyer un mail à un ensemble de clients répondant à des critères choisis par le club.

En effet, la première étape de création d'une action commerciale est de filtrer la base de données client en fonction de caractéristiques/critères souhaités.

Exemple d'utilisation des campagnes ponctuelles :

- Annonce de l'ouverture ou de la fermeture exceptionnelle du club
- Message de vœux pour la nouvelle année ou Noël
- Annonce de la mise en place d'un nouveau cours collectif



Pour accéder à l'interface Communications ponctuelles, il faut se connecter à Resamania, aller dans le menu principal et cliquer sur Smart Messaging. Il faut ensuite se rendre dans les communications ponctuelles.

(Il est possible qu'une nouvelle identification soit demandée. Dans ce cas, simplement renseigner le mail de l'utilisateur et le mot de passe, comme habituellement.)





Depuis l'écran des campagnes ponctuelles, je peux visualiser l'ensemble des campagnes déjà créées et réaliser diverses actions : visualiser les campagnes archivées ou encore créer une nouvelle campagne.



Pour créer une campagne de communication ponctuelle, trois étapes sont nécessaires :

- 1 déterminer la cible (les destinataires du mail/SMS)
- 2 rédiger et mettre en forme le mail/SMS
- 3 lancer l'envoi du mail/SMS



Etape 1: on lance et nomme la campagne

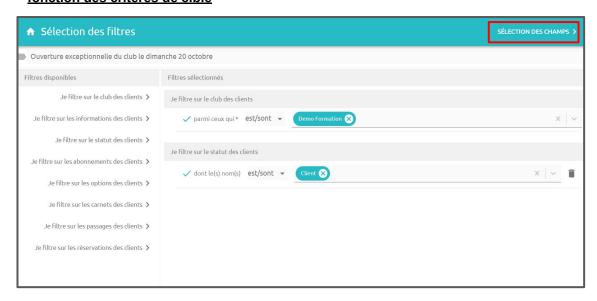


Pour lancer la création d'une nouvelle campagne depuis l'interface des campagnes ponctuelles, je clique sur le bouton "+".

Je choisis le nom de la campagne. (attention, ce n'est pas l'objet du mail, c'est simplement la référence interne de la campagne).



Etape 2 : on segmente la campagne en fonction des critères de cible



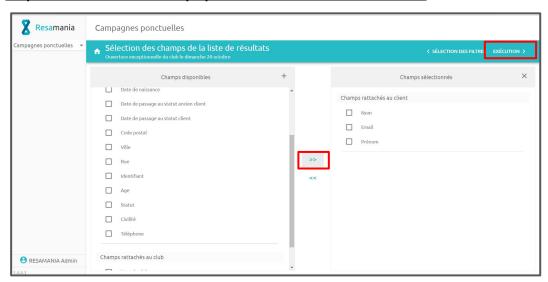
Vous disposez sur la gauche de l'écran d'une série de critères sur lesquels vous pouvez filtrer pour cibler les membres destinataires de votre communication. Chaque critères disposent de différents filtres sur lesquels vous pouvez jouer.

Dans tous les cas, je dois déterminer à quel(s) club(s) appartiennent les membres destinataires du message. Je peux ajouter de nombreux critères de filtre. ici, je souhaite simplement communiquer auprès des clients actifs du club d'Orly.

Je sélectionne donc le club d'Orly et le statut Client au niveau des menus relatifs à ces filtres.

Une fois la cible définie, je clique sur "sélection des champs".

Etape 3 : on définit les champs présents dans la liste des résultats



Je peux choisir la forme que prendra la liste de résultats en fonction des critères.

Ainsi, l'intérêt de la fonctionnalité "communications ponctuelles" est la communication, mais réside également dans la possibilité de recherche des clients qui correspondent à certains critères.

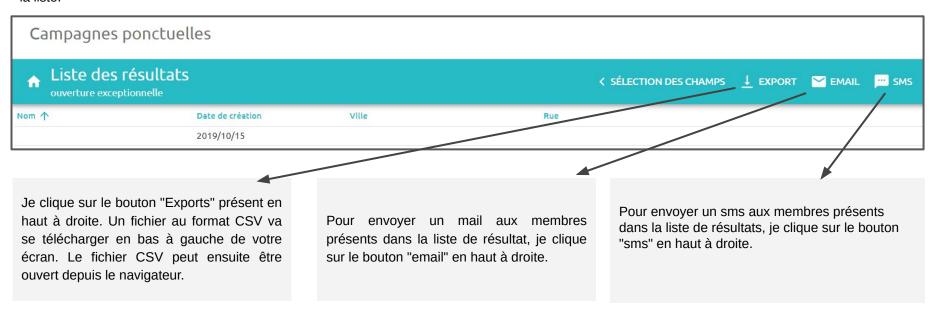
Par exemple, si je souhaite voir le prénom de la personne, son âge, son statut mais pas le reste puisque je n'en ai pas besoin, c'est ici que je le définirais.

- Pour choisir les champs visibles dans la liste des résultats, il faut cocher "Prénom", "Âge" et "Statut" dans la colonne champs disponibles et cliquer sur ">>" pour faire basculer ses champs dans la partie "Champs sélectionnés".
- Une fois les champs visibles dans la partie "champs sélectionnés", je clique sur "Exécution". Le chargement des données commence et peut prendre une petit moment. J'obtiens ensuite la liste des résultats, qui affiche uniquement les champs souhaités.



ETAPE 1 : Je détermine l'action à faire avec la liste de résultat

Trois possibilités existent : réaliser un export de la liste de résultat, envoyer un e-mail ou envoyer un SMS à l'ensemble des membres indiqués dans la liste.



ETAPE 2 - Modèle de mail : rédiger et mettre en forme le modèle de mail



Une fois sur cet écran, j'ai le choix entre plusieurs types de modèle.

Le premier modèle est un message vide que je dois mettre en forme de A à Z.

Les trois autres sont des modèles génériques : la forme est pré-établie pour gagner du temps mais elle reste entièrement modifiable.

La dernière possibilité est d'importer un modèle de communication en format html en cliquant sur "choisir un fichier".



Je clique par exemple sur le modèle "Message simple".

Un message m'indique que certains champs seront automatiquement ajoutés à la sélection pour permettre la création du mail.

ETAPE 2 - Modèle de mail : rédiger et mettre en forme le modèle de mail générique

Cette fenêtre permet de rédiger et mettre en forme le mail. Elle fonctionne comme celle des communications automatisées mentionnées auparavant dans la formation. (cf slides 21, 22 et 23 de ce support).

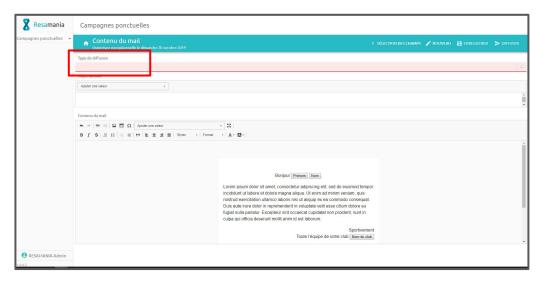
Exceptés pour les champs encadré, qui sont expliqués ici...

Le type de diffusion : permet de tenir compte des autorisation de réception de mail des clients.

Exemple: si André accepte uniquement les communication juridique et informative et que le mail est de type marketing, il ne le recevra pas.

Plusieurs possibilités s'offrent à moi sur cette page:

- Si je clique sur "Nouveau", je retourne à l'écran de choix du modèle d'Email.
- Si je clique sur "Enregistrer", je pourrais revenir sur ce modèle n'importe quand pour l'envoyer ou le modifier.
- Si je clique sur "**Diffuser**", je lance directement l'envoi du mail à la liste des destinataires établie au préalable.



ETAPE 2 - Modèle de mail : OU mettre en place le modèle de mail html



On sélectionne "choisir un fichier" au niveau du modèle à importer.



On choisit le fichier à charger depuis l'ordinateur.



Il suffit ensuite de remplacer les balises indiqués dans le corps du texte par les balises disponibles dans la fenêtre de mise en forme et rédaction du mail.



ETAPE 2 - Modèle de mail : une fois le modèle mis en forme et créé, je peux envoyer la campagne



Attention : au clic sur "Diffuser" , la campagne de communication par Email est envoyée aux destinataires !

En cas de doute, il est possible d'enregistrer la campagne et de revenir dessus plus tard.

ETAPE 2 - Modèle de sms : rédiger et mettre en forme le modèle de sms



Je choisis le type de modèle SMS utilisé. Ici, nous verrons le modèle générique du message vide. Le modèle html sms (importer un modèle) fonctionne comme pour le modèle html mail évoqué dans la slide 44.

ETAPE 2 - Modèle de sms : rédiger et mettre en forme le modèle de sms générique



Déterminer le type de diffusion permet de respecter le choix du membre qui ne souhaite pas recevoir certains types de sms.

Les balises sont également disponibles pour les SMS, et fonctionnent comme pour celles évoqués précédemment dans le cas des mails.

<u>Attention</u>: au clic sur "Diffuser" le SMS est envoyé directement.

Attention : le nombre de caractère n'est pas indiqué, il faut donc vérifier par le biais d'un autre logiciel (ex : traitement de texte) le nombre de caractère pour éviter de payer en double...

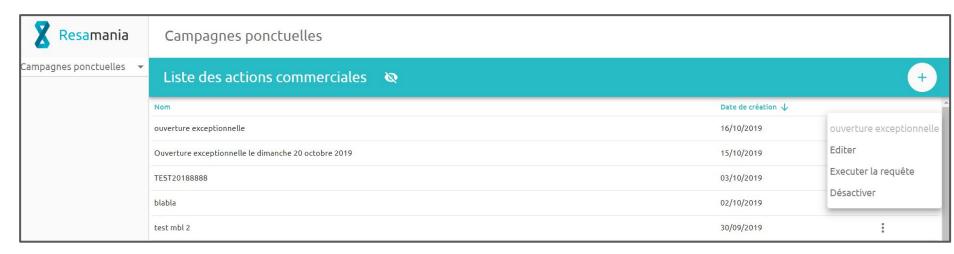


Récapitulatif de la création d'une campagne ponctuelle Mail / SMS

- 1. Aller dans les campagnes ponctuelle
- 2. Cliquer sur le + > Créer une campagne
- 3. Nommer la campagne (il ne s'agit pas d'un objet de mail, mais d'une information interne)
- 4. Définir la cible (quels clients est-ce que je cherche ? à qui est-ce que je veux envoyer une communication ?)
- 5. Définir la forme de la liste de résultat exportable en CSV (quels champs apparaissent ?)
- 6. Dans le cas d'une communication par mail ou SMS, rédiger le mail/SMS à partir d'un modèle de mise en page ou importer un HTML.
- 7. Enregistrer
- 8. Envoyer la communication lorsqu'elle est prête







Au clic sur les trois petits points des campagnes, il est possible de faire plusieurs actions :

Editer permet de revenir à la définition de la cible en conservant celle établie à la base.

Exécuter la requête permet de sortir le résultat des filtres appliqués de base.

Désactiver permet de faire disparaître la campagne de la liste des actions commerciales. (il sera toutefois possible de la retrouver en cliquant sur



Les communications automatisées





Les campagnes de communication automatisées permettent d'envoyer automatiquement un email ou un SMS personnalisés en fonction de certains critères définis au préalable par vos soins.

Exemple de campagne de mails

- Pour l'anniversaire de vos clients, chaque client recevra le jour de son anniversaire (ou X jours plus tôt en fonction de la configuration) un email/SMS automatisé personnalisé.
- Pour relancer les clients dont la date de fin d'abonnement approche et pour les inciter à se réabonner
- Pour prévenir les adhérents qu'un rejet de prélèvement a eu lieu sur l'une de leurs échéances

Le départ des mails se fait automatiquement selon une action faite par le client ou sur la fiche du client et d'autres campagne seront planifiées pour faire partir les mails tous les jours à heure fixe (paramétrable par vos soins).



Chaque campagne a donc une finalité qui lui est propre et permettra de contacter automatiquement une certaine catégorie de client.

Avant donc de démarrer la création d'une campagne de mail, il faudra que vous ayez déterminé :

A qui souhaitez-vous vous adressez ?

Pour quel motif envoyez-vous un mail?

A quel moment souhaitez-vous envoyer le mail ?

En fonction de ces 3 critères, vous pourrez choisir la campagne adéquate et la paramétrer selon vos critères.

Campagne de type Action

- Envoyer un message personnalisé lorsque le client demande le renvoi de ses identifiants pour se connecter à son espace personnel => Campagne Demande d'envoi d'identifiants client
- Envoyer un message contenant un code si votre adhérent souhaite signer son mandat de prélèvement ou contrat en ligne directement => Campagne Sms/mail de signature électronique de document

Campagne de type Commercial

- Envoyer une relance aux clients dont l'abonnement arrive bientôt à terme pour l'inciter à se réabonner => Campagne Renouvellement d'abonnement à durée déterminée
- Envoyer une relance aux clients dont le carnet arrive bientôt à expiration ou dont le nombre de séance est bientôt épuisé pour l'inciter à recharger son carnet => Campagne Renouvellement carnet arrivant à échéance

Campagne de type Fidélisation

• Envoyer un message personnalisé à vos adhérents pour leur souhaiter leur anniversaire => Campagne Anniversaire

Campagne de type Planning

- Inscription d'un client : Cette campagne va me permettre de créer un mail personnalisé lors de l'inscription d'un client à une réservation.
- Inscription de la liste d'attente d'un client : Cette campagne va me permettre de créer un mail personnalisé lors de l'inscription d'un client à la liste d'attente d'une réservation.
- Rappel de réservation : Cette campagne va me permettre de créer un mail personnalisé qui sera envoyé aux clients inscrits sur une réservation un certain nombre de jour avant celle ci.
- Désinscription d'un client : Cette campagne va me permettre de créer un mail personnalisé lors de la désinscription d'un client à une réservation.
- Désinscription de la liste d'attente d'un client : Cette campagne va me permettre de créer un mail personnalisé lors de la désinscription d'un client à la liste d'attente d'une réservation.
- Passage de la liste d'attente à inscrit : Cette campagne va me permettre de créer un mail personnalisé lors de l'inscription d'un client à une réservation alors qu'il était en liste d'attente.



Campagne de Relance

- Relancer vos clients actifs (avec abonnement en cours de validité) depuis un certain nombre de jours depuis leur dernier achat d'abonnement/carnet pour les inciter à fréquenter, prendre des nouvelles, leur faire des offres... => Campagne Relancer un adhérent qui vient de passer client
- Relancer vos adhérents depuis un certain nombre de jours depuis la création de leur fiche et indépendamment du fait qu'ils soient clients actifs, ancien client, prospect... => Campagne Relancer un adhérent depuis la création de sa fiche
- Relancer vos anciens clients (dont l'abonnement a expiré) en fonction d'un certain nombre de jours depuis la fin de son abonnement pour l'inciter à se réabonner, lui faire une offre.... => Campagne Relancer un adhérent qui vient de passer ancien client

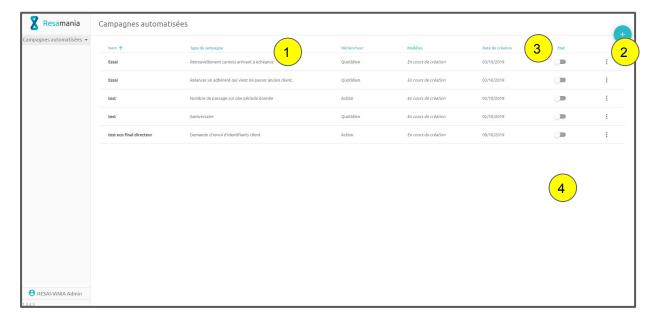
Campagne de type Vente

• Envoyer un message personnalisé aux clients dont le prélèvement a été refusé => Campagne Rejet de prélèvement automatique



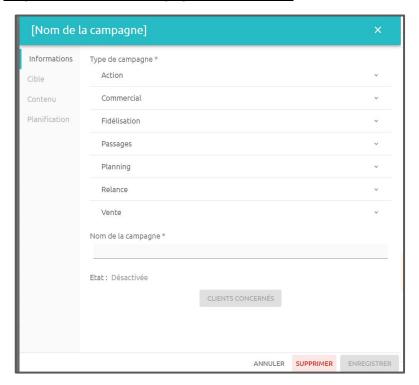


Pour accéder à l'interface des campagnes automatisées, aller dans le menu correspondant.



- Liste des campagnes déjà existantes et paramètres
- Bouton permettant de créer une nouvelle campagne
- Bouton "État" permettant d'activer ou désactiver une campagne
- Bouton permettant d'éditer une campagne déjà existante pour la modifier

Étape 1 : choisir une campagne et la nommer.





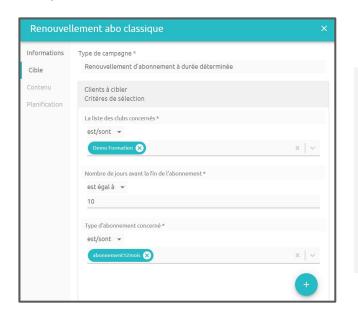
La première étape consiste à choisir la campagne que vous souhaitez mettre en place et de lui donner un nom.

lci, on va choisir de mettre en place la campagne permettant de relancer les adhérents dont l'abonnement touche à sa fin pour les inciter à se réabonner à l'issu de leur période de validité.

Un fois la campagne choisie, on lui donne un nom et on clique sur "Clients concernés" pour passer à l'étape suivante => Poser les critères permettant de choisir les clients qui seront ciblés par cette campagne

A savoir : Quand une étape est complétée, vous aurez toujours un bouton vous permettant de passer à l'étape suivante. Et vous pouvez suivre le déroulé de création dans le menu à gauche de l'écran

Étape 2 : choisir les clients concernés



Cette étape permet de poser les critères qui vont vous permettre de cibler le public de la campagne => À qui les mails sont-ils destinés ?

Dans le cadre de la campagne choisie, on a 3 critères à remplir au minimum

- Quel est le club impacté par la campagne
- Combien de temps AVANT la fin de l'abonnement le mail doit-il partir ?
- Quels sont les types d'abonnements concernés par cette relance ?

Ici on va choisir le club demo martin, on va relancer les client 10 jours avant la fin de leur abonnement et on va cibler les abonnements 12 mois.

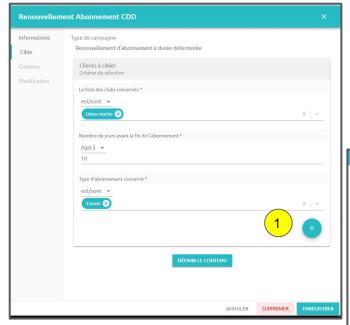
Une fois les critères posés, on clique sur le bouton "Définir le contenu" pour passer à l'étape suivante => Rédiger le mail de la campagne.

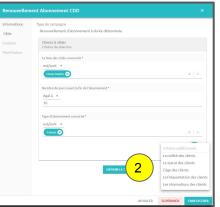
A savoir Quand une étape est complétée, vous aurez toujours un bouton vous permettant de passer à l' étape suivante. Et vous pouvez suivre le déroulé de création dans le menu à gauche de l'écran



Étape 2 : choisir les critères de sélection supplémentaire

Sur chaque chaque campagne, vous aurez la possibilité de choisir des critères de sélection supplémentaires, en plus des critères obligatoires, pour affiner au mieux la sélection des clients ciblés par vos campagnes.





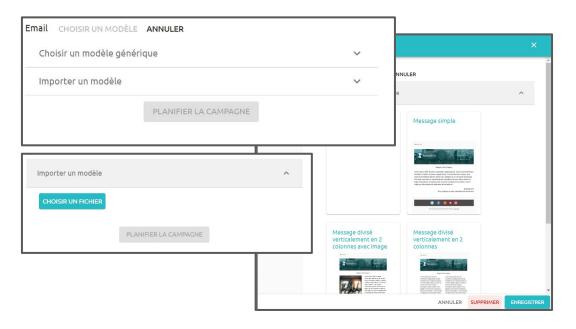
- 1 Vous accédez à ces critères supplémentaire en cliquant sur le "+" en bas à droite de l'écran
- 2 Liste des critères supplémentaires Exemple :
 - Critère sur la civilité des clients
 - L'âge des clients
 - La fréquentation des clients (pour ne pas réveiller les dormants par exemple)

En fonction des campagnes, les critères supplémentaires vont également changer.



Étape 3 : Définir le contenu de la campagne

Sur chaque chaque campagne, vous aurez la possibilité de choisir des critères de sélection supplémentaires, en plus des critères obligatoires, pour affiner au mieux la sélection des clients ciblés par vos campagnes.



Une fois les critères de sélection posés, on passe à la rédaction du mail. Resamania vous propose des modèles de rédaction de mail. Vous devez cliquer sur "Choisir un modèle" et à partir de là vous pourrez :

- Choisir un modèle de mise en page
- Ou importer un fichier HTML créé par vos soins

Parmi les modèles que l'on vous propose, il y à :

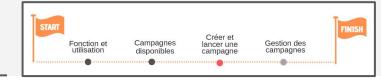
- Un modèle simple
- Une modèle sur 2 colonnes
- Un modèle sur 2 colonnes avec image intégrée dans le corps du mail

Une fois le modèle choisi, vous arriverez sur la page de rédaction en elle-même

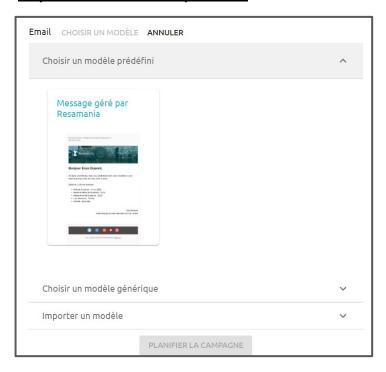
ATTENTION : il s'agit là de modèles de mise en page et non de modèles pré-rédigés.

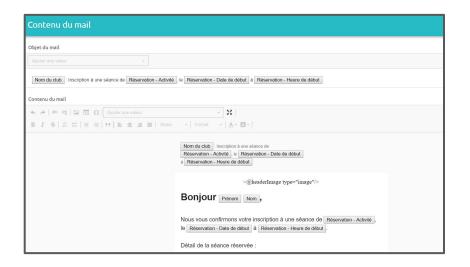
Il vous faudra ensuite rédiger le contenu du mail

Des mails pré-rédigés existent, mais ils ne sont pas présents sur tous les campagnes (voir slide suivante)



Étape 3 : Modèle de mails prédéfinis



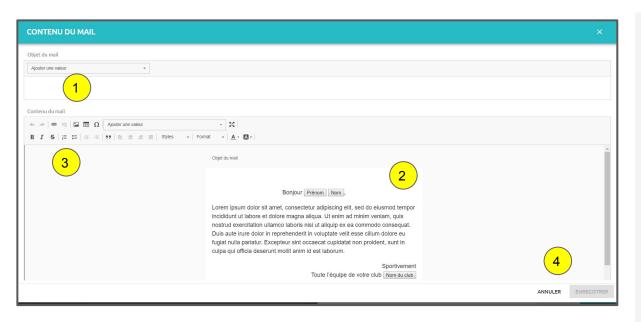


Certaines campagnes de mails vont vous proposer des mails prédéfinis et pré-rédigés

C'est le cas par exemple de la campagne de mail sur les rejet de prélèvement.

ATTENTION : Ces modèles de mails ne sont pas modifiables. C'est à dire que le texte qui figure sur ces mails ne peut pas être modifié. Il est figé.

Étape 3 : Rédiger le mail



Si vous choisissez un modèle générique, vous arriverez sur une fenêtre de rédaction de mail classique avec du faux texte qu'il convient de modifier.

- 1 Champs objet du mail : à remplir impérativement
 - => Vous pouvez y mettre le nom de votre club et le motif du contenu du mail
- Corps du mail : Rédiger ici le contenu
- Barre d'outil classique de mise en page du mail : mettre en gras, italique, insérer une image dans le corps du mail, ajouter un lien hyper texte, alignement des paragraphes....
- Bouton pour enregistrer le mail une fois rédigé



Étape 3 : Personnaliser le mail



Vous pouvez personnaliser les mails en y intégrant des balises qui vous permettront d'ajouter des informations spécifiques à chaque clients :

- leurs noms, prénoms
- Leurs dates d'abonnement
- Le noms des abonnements possédés...

Ces balises peuvent être intégrées

- Dans l'objet du mail
- Dans le corps du mail

Vous avez des champs "Ajouter une valeur" dans l'objet et le corps du mail. En cliquant dessus, vous accédez à un menu déroulant qui vous propose la liste des balises personnalisées disponibles.

Les balises choisies seront remplacées par les informations exactes concernant le club ou le client à qui le mail sera envoyé.

ATTENTION : en fonction des campagnes de mails, ces balises peuvent changer

Étape 4 : Planifier la campagne



Une fois le mail rédigé, il faut bien penser à l'enregistrer.

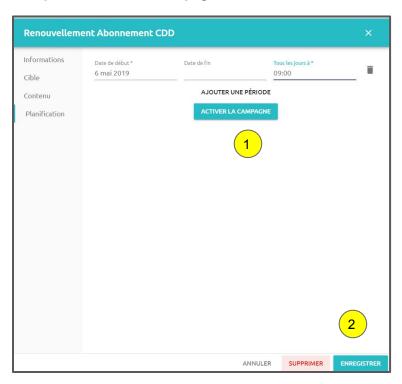
Vous accédez alors à l'étape de planification de la campagne :

- À partir de quand souhaitez vous qu'elle commence à fonctionner
- Si vous souhaitez qu'elle cesse de fonctionner à une date précise => **OPTIONNEL**
- A quelle heure de la journée se feront les envois de mail

Il vous faut cliquer sur "Planifier la campagne" après avoir enregistrer le mail puis ensuite cliquer sur "Ajouter une période" pour définir le rythme d'envoi des mails

Vous pouvez créer plusieurs rythmes d'envoi pour une même campagne : décider de la faire fonctionner pendant 3 mois puis la suspendre pendant 3 mois et la reprendre ensuite => Il faut ajouter plusieurs périodes pour faire cela

Étape 5 : Activer une campagne



Une fois la planification faite, vous pouvez :

- Terminer l'enregistrement de la campagne sans l'activer OU
 - Activer la campagne ET l'enregistrer

Le fait de l'activer va acter le fait pour le logiciel qu'à partir de ce moment, si la date de début est révolue, la campagne va pouvoir fonctionner et envoyer des mails aux clients concernés.

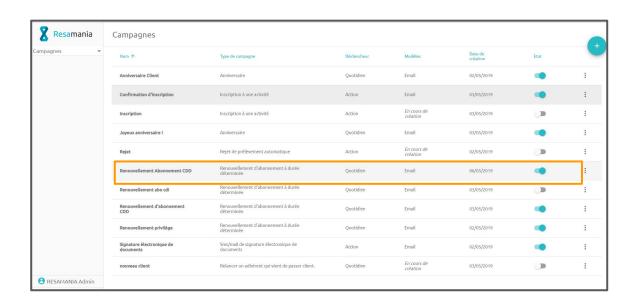
Si vous enregistrez la campagne sans l'activer, il faudra penser à l'activer dans un second temps (voir section suivante)

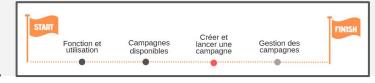
- 1 Bouton d'activation de la campagne
- 2 Bouton d'enregistrement de la campagne

Confirmation de la création de la campagne

Vous retrouverez votre nouvelle campagne dans l'écran principal des SMART MESSAGING sous le nom que vous lui avez donné.

Le bouton État vous indiquera si elle est bien active ou non.

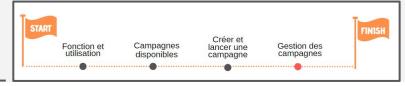




Récapitulatif de la création d'une campagne

- 1. Aller dans les campagnes automatisées
- 2. Cliquer sur le + > Créer une campagne
- 3. Choisir la campagne voulue parmi les différents types proposés et la nommer
- 4. Définir la typologie de client concernés par la campagne en fonction des critères proposés
- 5. Rédiger le mail à partir d'un modèle de mise en page ou importer un HTML rédigé par vos soins
- 6. Planifier la campagne
- 7. L'activer et l'enregistrer





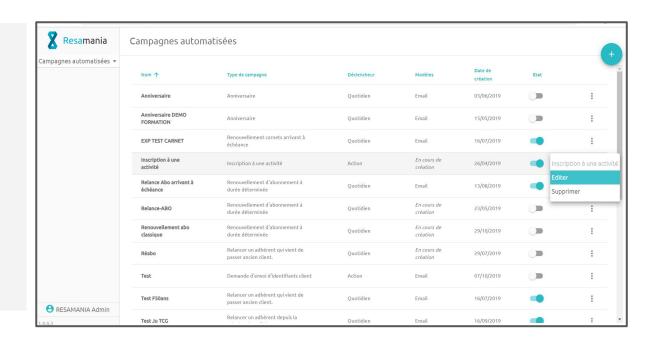
Modifier une campagne existante

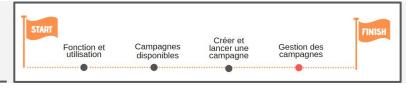
Vous souhaitez modifier le mail envoyé sur une campagne? Modifier les critères de sélection des clients?

Une fois la campagne créée vous avez la possibilité de revenir dessus pour y faire des modifications.

Pour cela, il faut vous rendre sur la page principale des communications ponctuelles et cliquer sur les 3 points verticaux. Vous pourrez alors cliquer sur "éditer" pour revenir sur la campagne et la modifier.

En revenant sur la campagne, vous pouvez utiliser le menu sur la gauche pour accéder à l' étape souhaitée et y modifier ce que vous souhaitez.





Modifier une campagne existante

Vous souhaitez supprimer une campagne qui ne vous est plus utile?

Vous pouvez le faire via l'écran principal des communications ponctuelles, en cliquant sur les 3 points verticaux et en choisissant l'option "supprimer"





CHAPITRE IV

Spécial réseaux : Créer des template de mails réutilisables





Le module Smartmessaging offre la possibilité aux clubs et siège de réseaux de créer des modèles de communication réutilisables lors de la configuration des campagnes Smartmessaging (ponctuelles ou automatisées) => Pour les Franchises, il est donc possible de créer ces "Templates" et de les partager pour qu'ils soient utilisables par les franchisés.

Exemple d'utilisation de template de mails réutilisable

En tant que siège d'un réseau de club, j'ai créé un modèle de communication "type" pour la campagne de confirmation d'inscription sur le planning et je souhaite que les clubs du réseau puissent réutiliser ce modèle et éventuellement l'adapter à leur structure.



Un modèle de communication dans Resamania V2 correspond au contenu et à la mise en forme du mail ou SMS que reçoit le client final et que le siège de réseau met à disposition des clubs pour pouvoir paramétrer une campagne. Il s'agit donc d'un template

Le modèle de communication est choisi par celui qui configure la campagne lors de l'étape montrée ci-dessous pour les communications automatisées :

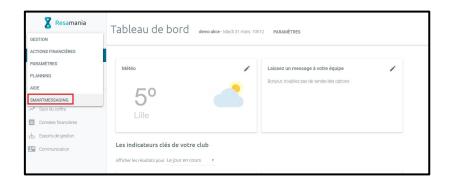


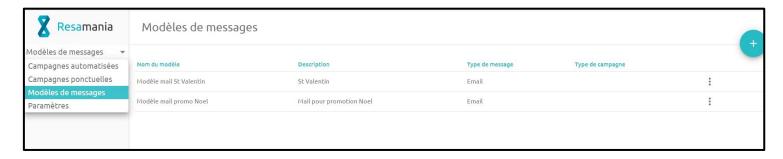
Ou à cette étape pour les campagnes ponctuelles :





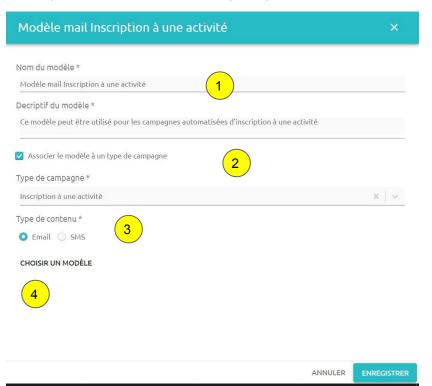
Les modèles de communications sont à créer AVANT les campagnes elles-mêmes. Pour les créer il faut se rendre dans le menu MODÈLES DE MESSAGE des SMART MESSAGING.







Cliquer sur le "+" en haut à droite pour ajouter un nouveau modèle





- Ajouter un nom et une description à ce modèle => Sera visible par le club qui choisira le modèle et permet de décrire à quoi sert le modèle
- Il est possible d'associer le modèle créé à une campagne de mail automatisé bien précise. ATTENTION : Si ça n'est pas coché, le modèle sera visible pour toutes les campagnes.
- Définir s'il s'agit d'un modèle de mail ou SMS
- Pour rédiger le modèle, il faut cliquer ici



CHOISIR UN MODÈLE ANNULER

Choisir un modèle générique

Importer un modèle

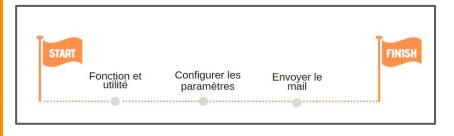
On clique sur "Choisir un modèle". Puis, on sélectionne le type de modèle souhaité pour ensuite le créer et le rédiger. Pour savoir comment rédiger le modèle de mail <u>rendez-vous sur cette slide!</u>



On enregistre, le modèle est créé et pourra être retrouvé directement lors de la définition du contenu des campagnes.

CHAPITRE V

Les communications depuis une fiche membre

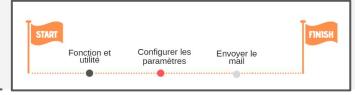


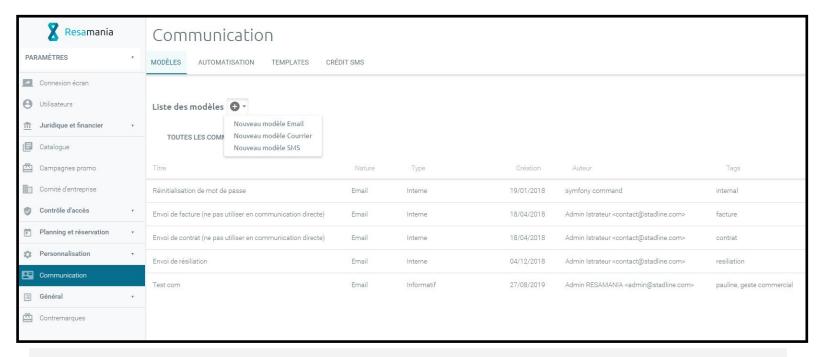


L'objectif du module de communication depuis la fiche membre est d'envoyer un mail de manière unitaire à un client en particulier depuis sa fiche membre.

Le mail peut être envoyé dans plusieurs circonstances :

- décidée par le club (depuis ACTION MEMBRE puis communiquer)
- suite à une résiliation (un modèle sera proposé au club pour envoyer un message au membre qui résilie)
- suite à un geste commercial (un modèle sera proposé au club pour envoyer un message au membre qui bénéficie du geste commercial)

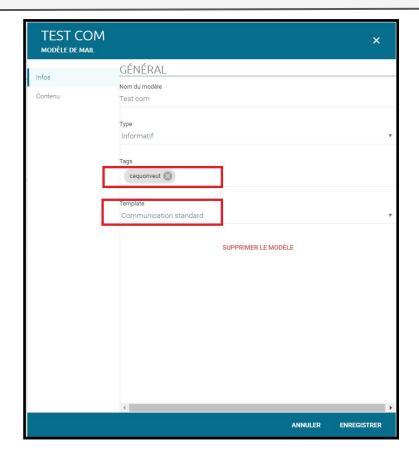




Etape 1: nouveau modèle

Depuis les PARAMÈTRES, dans Communication, il faut cliquer sur "+" puis nouveau modèle (choisir ensuite le type de communication souhaité).





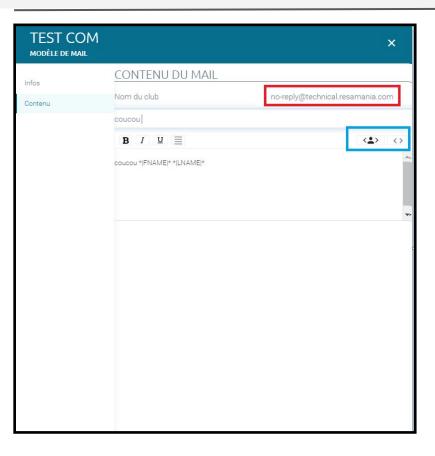
Etape 2: Le tag

Le tag n'importe pas si on veut que le mail apparaisse lorsqu'on clique sur Communiquer depuis la fiche membre.

Il compte uniquement si on souhaite retrouver le template du mail suite à une résiliation, dans ce cas mettre "résiliation". De même, si on souhaite le retrouver suite à un geste commerciale, dans ce cas, mettre "geste commercial".





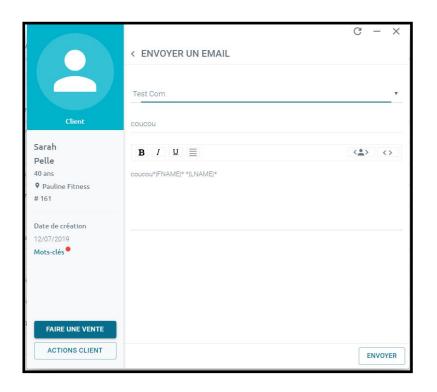


Etape 3 : le contenu du mail

Actuellement, il est important de toujours mettre l'adresse mail no-reply@technical.resamania.com.

Cette fenêtre permet de créer le texte du mail. Des **balises sont disponibles en haut à droite.** Il suffit ensuite de bien compléter l'objet et le texte du mail.





Pour communiquer dans n'importe quelle circonstance...

Depuis la fiche membre, cliquer sur ACTIONS CLIENTS puis COMMUNIQUER et choisir le type de communication.

Dans le cas d'un mail, il est possible de choisir le modèle de communication établi dans les paramètres.

Au clic sur Envoyer, le client recevra la communication.

Dans le cas d'un geste commercial ou d'une résiliation, l'action d'envoyer un mail sera directement proposée et les modèles seront disponibles si les bons tags ont été mis dans la création du modèle.



CHAPITRE VI

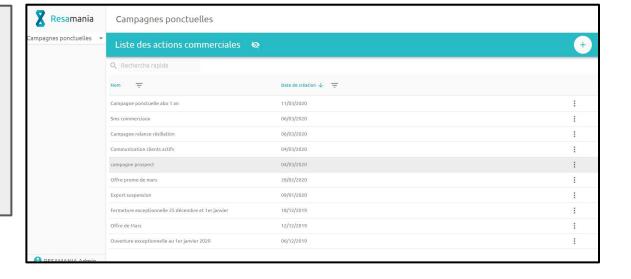
Historique des envois de messages





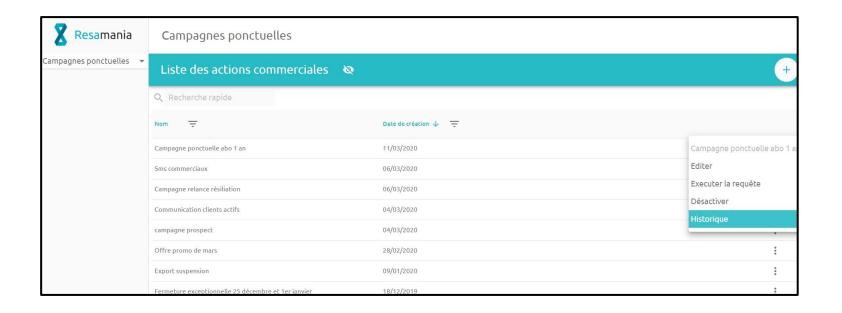
Je souhaite savoir combien de clients ont été impactés par ma **campagne ponctuelle** ainsi que le nombre de messages envoyés et le nombre de messages ouverts. Resamania me propose un historique des envois par campagnes.

Après avoir diffusé la campagne, il faut revenir sur la page principale des campagnes ponctuelles

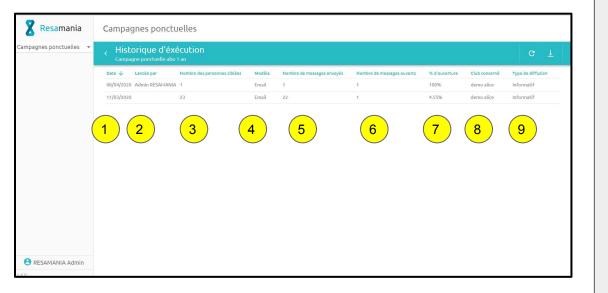




Pour accéder à l'historique d'envoi d'une campagne, il faut sélectionner la campagne voulue et cliquer sur les 3 points verticaux puis sélectionner "Historique"







J'ai alors un ou plusieurs lignes (si j'ai diffuser la campagne plusieurs fois) avec les informations suivantes :

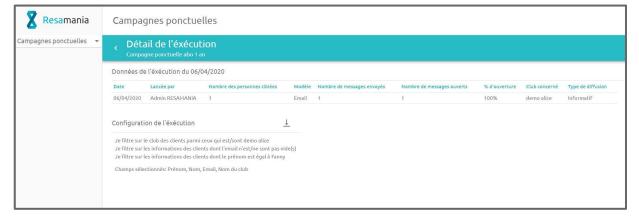
- Date à laquelle la campagne a été diffusée
- L'auteur de la diffusion de la campagne
- 3. Nombre de personnes ciblées par la campagne
- 4. Le modèle de communication diffusé (SMS ou mails)
- 5. Le nombre de messages envoyés
- 6. Le nombre de messages ouverts
- 7. Le taux d'ouverture
- 8. Le club concerné par la diffusion
- 9. Le type de communication envoyée (optin)



J'ai la possibilité d'avoir plus de détail sur la campagne dont je consulte l'historique d'envoi. Notamment revenir sur les différents critères de sélection et l'export des clients concernés

Je clique sur le petit œil au bout de la ligne de l'historique de manière à afficher les informations dont j'ai besoin

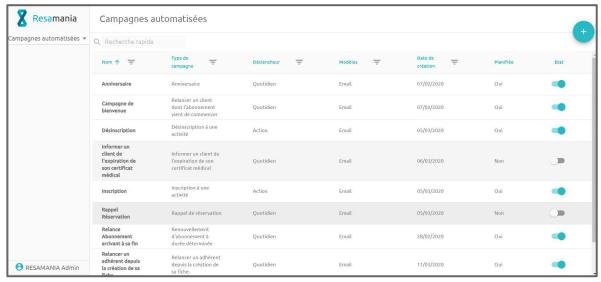






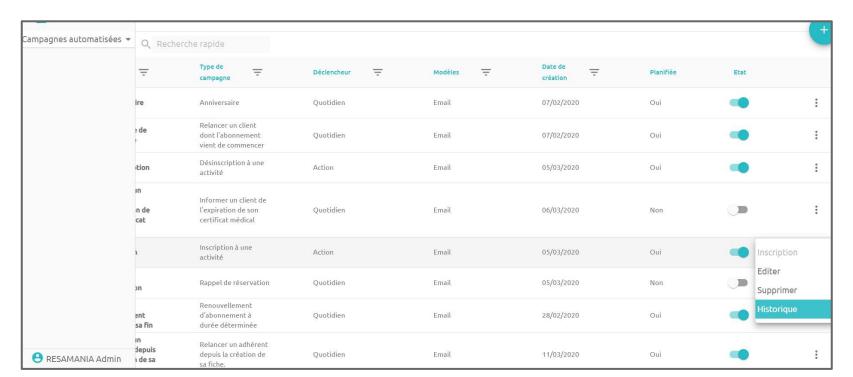
Je souhaite savoir combien de clients ont été impactés par ma **campagne automatisée** ainsi que le nombre de messages envoyés et le nombre de messages ouverts. Resamania me propose un historique des envois par campagnes. Le principe étant le même que pour consulter les historiques d'envois de campagnes ponctuelles

Après avoir diffusé la campagne, il faut revenir sur la page principale des campagnes automatisées

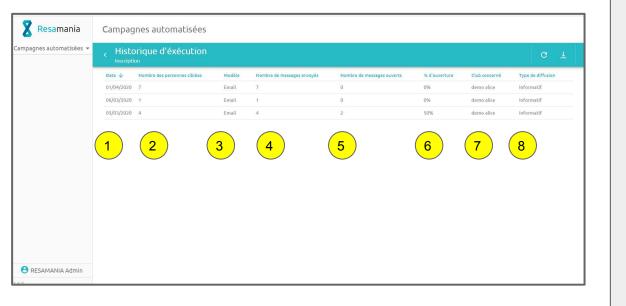




Pour accéder à l'historique d'envoi d'une campagne, il faut sélectionner la campagne voulue et cliquer sur les 3 points verticaux puis sélectionner "Historique"







J'ai alors un ou plusieurs lignes (si j'ai diffuser la campagne plusieurs fois) avec les informations suivantes :

- Date à laquelle la campagne a été diffusée
- 2. Nombre de personnes impactées par la campagne
- 3. Le modèle de communication diffusé (SMS ou mails)
- 4. Le nombre de messages envoyés
- 5. Le nombre de messages ouverts
- Le taux d'ouverture
- 7. Le club concerné par la diffusion
- 8. Le type de communication envoyé



J'ai la possibilité d'avoir plus de détail sur la campagne dont je consulte l'historique d'envoi. Notamment revenir sur les différents critères de sélection et l'export des clients concernés

Je clique sur le petit œil au bout de la ligne de l'historique de manière à afficher les informations dont j'ai besoin





Je souhaite vérifier si un client en particulier a bien reçu un message issu d'une communication ponctuelle ou automatisée et s'il l'a bien lu.

Il faut se rendre sur la fiche client et aller dans l'onglet communication => On y retrouve l'ensemble des messages (mails + SMS) issus des campagnes ponctuelles et automatisées envoyées au client en question.

Chaque ligne fait figurer la mention "lu" ou "non lu"

