

## e. Emailing – Stratégie de communication par email pour CultureRadar

La stratégie emailing de CultureRadar constitue un levier central pour construire une relation durable avec les utilisateurs, renforcer leur engagement, favoriser leur fidélisation et accompagner la montée en gamme vers des fonctionnalités premium. L'emailing permet aussi de diffuser une information ciblée et de qualité à chaque moment du parcours utilisateur.

### Objectifs principaux

**Engagement & Fidélisation** - Maintenir un lien régulier avec l'utilisateur, même en dehors de sa navigation sur la plateforme. - Encourager l'utilisation continue du service grâce à des rappels et contenus personnalisés. - Offrir des recommandations culturelles adaptées à ses goûts et ses habitudes.

**Activation & Conversion** - Accompagner les nouveaux inscrits lors de la phase d'onboarding. - Inciter à découvrir les fonctionnalités avancées de CultureRadar, notamment les offres premium. - Réactiver les utilisateurs inactifs avec des messages adaptés à leur profil.

**Information & Service** - Informer des événements à venir, des nouveautés de la plateforme ou des mises à jour. - Confirmer les réservations effectuées par l'utilisateur et lui rappeler les événements à venir. - Proposer des contenus éditoriaux inspirants et informatifs.

### Typologie des emails

**1. Emails transactionnels** – Automatisés et déclenchés selon les actions des utilisateurs :

- **Onboarding** (séquence de 5 emails) :
  - J+1 : message de bienvenue + invitation à compléter son profil.
  - J+3 : premières recommandations personnalisées.
  - J+7 : astuces pour mieux profiter de la plateforme.
  - J+14 : retours d'expérience d'autres utilisateurs (preuve sociale).
  - J+30 : bilan du premier mois et incitation à passer au compte premium.
- • **Événementiel** :
  - Confirmation de réservation.
  - Rappel la veille de l'événement.
  - Enquête de satisfaction post-événement.
  - Suggestions personnalisées d'événements similaires.

- 

**Compte & activité :**

- 

Réinitialisation du mot de passe.

- 

Confirmation de modifications de profil.

- 

Récapitulatif mensuel de l'activité sur la plateforme.

**2. Newsletters hebdomadaires** – Combinant éditorial et recommandations :

- 

**Sélection de la semaine :**

1

- 

Trois événements majeurs recommandés selon les personas.

- 

Mise en avant d'un lieu culturel

méconnu. •

**Zoom culture :**

- 

Interview d'un acteur culturel local.

- 

Focus sur une tendance culturelle actuelle.

- 

**L'agenda qui compte :**

- 

Liste des événements gratuits.

- 

Alertes sur les dernières places disponibles.

- 

**Conseil CultureRadar :**

- 

Astuce ou fonctionnalité utile de l'application.

- 

Recommandation spéciale (horaires, bons plans, accessibilité).

**3. Emails promotionnels (mensuels)**

-

**Offres Premium :**

- Mise en avant des fonctionnalités payantes.
- Essai gratuit 30 jours.
- Témoignages d'utilisateurs premium satisfaits.

**Campagnes événementielles :**

- Communication autour de grands événements nationaux (ex. : Nuit des Musées, Journées du Patrimoine).
- Réductions exclusives et offres partenaires.

**Segmentation des emails**

**Par persona :**

Persona	Taux	Créneaux	Contenus	privilégiés	Fréquence	Ton employé
	cible	horaires				
Marie 70 %	12h-14h /		Tendances,	1 newsletter + 2		Dynamique,
	18h-20h		week-end, visuel	reco/semaine		moderne, FOMO
						friendly
Bernard 20 %	9h-11h /		Patrimoine,	1 newsletter + 1		Informé,
	14h-16h		infos pratiques	reco/semaine		respectueux,
						accessible
Ahmed 10 %	9h-10h		Statistiques,	1 newsletter pro		Professionnel,
	(semaine)					

**Par comportement :**

- **Utilisateurs actifs (> 2 connexions/semaine)** : contenu avancé, accès anticipé aux nouveautés, parrainage.
- **Utilisateurs occasionnels (1 à 2 connexions/mois)** : focus sur les événements phares, rappels et preuves sociales.
- **Utilisateurs dormants (>30 jours d'inactivité)** : campagnes de réactivation, résumé des nouveautés, promotions spéciales.

**Exemple de template type de newsletter**

**Header** : "CultureRadar – La culture locale à portée de main"

**Hero** : "Cette semaine à Paris : 3 découvertes qui vont vous surprendre"

**Bloc 1 (Marie)** : - EXPO URBEX au Palais de Tokyo - Rencontre entre street-art et lieux abandonnés - Paris 16e | 12 € | Recommandé à 95 % - [CTA : Je réserve]

**Bloc 2 (Bernard)** : - Visite gratuite de la Sainte-Chapelle - Secrets de l'art gothique rayonnant - Paris 1er | Gratuit | Places limitées - [CTA : Je m'inscris]

**Bloc 3 (Communauté)** : - Témoignage : "Grâce à CultureRadar, j'ai découvert 12 lieux que je n'aurais jamais trouvés seule ! – Sarah M."

**Bloc 4 (Conseil)** : - Astuce : activez les notifications météo pour ne plus annuler une sortie à cause de la pluie.

**Footer** : CultureRadar – Se désabonner – Nous contacter

**Outils & prestataires recommandés**

**Mailchimp** est l'outil préconisé pour cette stratégie. Il permet un lancement gratuit jusqu'à 2 000 contacts, propose une interface accessible à des équipes non techniques, une segmentation avancée et des automatisations complètes pour les séquences d'onboarding. Son système de reporting est performant et natif RGPD.

**Tarifs prévisionnels** : - 0-2000 contacts : Gratuit - 2000-10 000 contacts : 50 €/mois - 10 000+ contacts : 150 €/mois

**Intégration avec CultureRadar** : - API entre Mailchimp et la base de données utilisateurs - Synchronisation automatique des segments selon les actions - Déclencheurs personnalisés (ex :

inscription, réservation) - Personnalisation fine des contenus selon les profils

### **Conformité RGPD**

**Collecte de données :** - Opt-in explicite requis, via case à cocher distincte à l'inscription. - Pas de case pré-cochée par défaut. - Double opt-in recommandé avec email de confirmation.

3

**Gestion des consentements :** - L'utilisateur peut gérer ses préférences (newsletter, promotions...) - Possibilité de désabonnement en un clic dans chaque email. - Suppression automatique des données après 3 ans d'inactivité.

**Traçabilité des consentements :** - Enregistrement de chaque accord avec horodatage. - Journalisation des changements. - Rapport RGPD exportable à la demande.

### **KPIs & reporting**

#### **Indicateurs clés de performance :**

- **Acquisition :**
- Taux de conversion inscription → newsletter > 25 %
- Croissance mensuelle de la base : +500 contacts
- Provenance : 60 % app, 30 % réseaux sociaux, 10 % SEO
- **Engagement :**
- Taux d'ouverture > 35 % (moyenne secteur : 25 %)
- Taux de clic > 8 % (moyenne secteur : 5 %)
- Taux de désabonnement < 2 %
- **Conversion :**
- Newsletter → visite app : > 15 %
- Email → réservation : > 5 %

- Email → passage Premium : > 2 %

- **Reporting mensuel :**

- Analyse par segment (Marie, Bernard, Ahmed)
- A/B testing sur objets et contenus
- Mesure de ROI des campagnes
- Feedback qualitatif utilisateur

## **Planning de déploiement**

- **Phase 1 (Mois 1-2) :**
- Paramétrage de Mailchimp + conformité RGPD
- Création des templates de base
- Lancement de la séquence d'onboarding
- Mise en place de la newsletter hebdomadaire

- **Phase 2 (Mois 3-4) :**

- Segmentation selon personas
- Personnalisation du contenu par profil
- Automatisation des emails événementiels 4

- Lancement des premiers A/B tests

- **Phase 3 (Mois 5-6) :**

- Activation des campagnes de réengagement
- Promotion des offres premium
- Intégration comportement in-app dans les emails

- 

#### Analyse continue et optimisation des performances

Cette stratégie emailing permet à CultureRadar d'assurer un lien fort et personnalisé avec ses utilisateurs tout en restant conforme aux exigences légales du RGPD. Elle vise à maximiser la fidélité, l'engagement et la conversion, au service du développement durable de la plateforme.