**HEADER**

**Menu à droite**

* QUI SOMMES NOUS (lien vers la page nous sommes Jack Russell)
* ÉQUIPE (lien vers la page Qui combine les talents)
* E-MAILS CRÉATIFS
* BAROMÈTRE
* PIGE E-MAIL
* RÉFÉRENCES
* CONTACT

LE CARROUSEL

**ÉCRAN 1**

LOGO JACK RUSSELL (noir et blanc)

JACK RUSSELL S’INSTALLE A PARIS (lien vers Nous sommes Jack Russell)

Jack Russell, l’agence franco-canadienne qui met toute sa créativité au service de l’e-mail, ouvre des bureaux au 25, rue d’Hauteville à Paris, dans le 10ème.

Visuel : Paris

**ÉCRAN 2**

DÉCOUVREZ NOS E-MAILS CRÉATIFS (lien vers découvrez nos e-mails créatifs)

**ÉCRAN 3**

LA 1ERE PIGE CONCURRENTIELLE SUR L’E-MAIL (liens vers Qui se démarque de vos concurrents)

Visuel : Compteur

+ de 20 secteurs étudiés  
+ de 900 marques suivies, quotidiennement  
1 recherche simple : secteur, marque, CTA, période, typologie d’opération, créativité  
Les coups de cœur Jack Russell  
Système d’alerte/newsletter

**ÉCRAN 4**

JACK RUSSELL ET MÉDIAMÉTRIE CRÉENT LE 1er SCORE D’IMPACT DE L’E-MAIL

Logo Jack Russell et Médiamétrie »

(lien vers Qui écoute les consommateurs)

Il faut qu’on trouve un visuel

LES CARRÉS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Qui raconte**  des histoires | **Nous croyons**  en l’e-mail | **Qui offre**  des expériences |
| **Qui se démarque** des concurrents | **Qui écoute**  les consommateurs | **Qui combine**  les talents |
| Découvrez nos e-mails créatifs | **Nous sommes**  Jack Russell | Découvrez nos références |

1. **NOUS CROYONS EN L’E-MAIL**

Teaser

Vos emails méritent toute notre attention.

Slide in

Les consommateurs accèdent à internet principalement via les réseaux sociaux, les moteurs de recherche et leur boite e-mail. L’e-mail fait donc partie de notre quotidien et mérite un maximum d’attention.

C’est pourquoi :

Nous croyons que l’e-mail est devenu pour les marques un des médias les plus personnels dans la relation avec leurs clients.

Nous croyons que des offres promotionnelles plus ciblées, de la créativité et du contenu de qualité redonneront de l’attrait au média e-mail et renforceront la relation entre les marques et leurs clients.

Nous croyons enfin que la recherche de ROI à court terme ne doit pas se faire au détriment des consommateurs et nous nous engageons donc à lutter contre les politiques d’envois massives et indifférenciées qui polluent les boites e-mail jusqu’à l’épuisement.

1. **QUI RACONTE DES HISTOIRES**

Teaser

Et si la créativité augmentait la performance des e-mails ?

Slide-in

L’e-mail est un média créatif, car il répond à 3 objectifs.

C’est la marque qui se positionne : l’e-mail est un média à forte dimension **branding.**

C’est la marque qui s’exprime : l’e-mail est un média à forte dimension **story telling.**

C’est le commerce qui s’exprime : l’e-mail est un média **efficace** & **générateur de trafic**

Notre mission est de traiter les campagnes e-mails avec le même soin, le même sérieux et le même niveau de créativité que les campagnes de communication plus traditionnelles ou diffusées sur des médias considérés comme étant plus prestigieux.

Nous nous sommes fixé~~s~~ comme ambition de redonner une vraie place à l’e-mail dans la stratégie de communication des marques en lui apportant toute la créativité qu’il mérite. Pour véhiculer les valeurs de marque et générer une réaction de la part du consommateur.

1. **QUI OFFRE DES EXPÉRIENCES**

Teaser

L’e-mail est en train de faire sa révolution en termes de richesse d’’expérience consommateur.

Slide-in  
Les clients veulent être surpris et reconnues par les marques. Finis les e-mails statiques avec simplement un gros 10% de remise et 0% de contenu.

Avec les nouvelles possibilités offertes par la technologie associées à la maîtrise de la data, l’e-mail devient contextuel, interactif, et personnalisé. La communication s’adapte en temps réel à l’activité du client et gagne en efficacité. Chaque campagne délivre des données précieuses qui permettent de mesurer précisément l’efficacité et d’apporter de plus en plus de valeur à la conversation qui se construit avec les consommateurs.

1. **- QUI SE DÉMARQUE DES CONCURRENTS**

Teaser

Pour réaliser des e-mails créatifs qui ont un réel impact auprès des consommateurs, nous avons développé un outil de pige unique.

Page

LA 1ÈRE VEILLE CONCURRENTIELLE DÉDIÉE À L’E-MAIL.

Une plateforme unique qui regroupe les newsletters et e-mails commerciaux des plus grandes marques en France et au Canada.

+ de 20 secteurs étudiés  
+ de 900 marques suivies, quotidiennement  
1 recherche simple : secteur, marque, CTA, période, typologie d’opération, créativité  
Les coups de cœur Jack Russell  
Système d’alerte/newsletter

Actualisée quotidiennement, elle permet d’accéder à des milliers d’e-mails, classés par secteur d’activité, thématique et type d’offre et qui s’enrichit chaque jour des nouvelles communications e-mail des marques référencées.

Véritable mine d’informations, cette veille est aussi une source d’inspiration pour nos équipes~~.~~

Si vous souhaitiez connaitre les dernières tendances créatives, chercher l’inspiration ou analyser la communication de vos concurrents, vous pouvez vous inscrire..

CTA je m’inscris à la pige e-mail.

1. **QUI ÉCOUTE LES CONSOMMATEURS**

Teaser

En partenariat avec Médiamétrie, Jack Russell a créé le 1er score d’impact de l’e-mailing.

Page

JACK RUSSELL ET MÉDIAMÉTRIE CRÉENT LE 1er BAROMÈTRE DE L’E-MAIL

Les données actuelles sur l’e-mailing, taux d’ouverture et taux de clic sont des statistiques quantitatives issues, en règle générale, des plateformes de gestion de campagne. Elles ont du mal à mesurer l’effet courrier indésirable.

Chez Jack Russell, nous voulons savoir ce que pensent réellement les consommateurs des e-mails qu’ils reçoivent de la part des marques.

Le baromètre, créé avec les équipes scientifiques de Médiamétrie permet d’évaluer la performance et la pertinence des campagnes e-mails au même titre qu’un média traditionnel.

Les 2000 consommateurs du panel qui ont participé à l‘étude, répondent à plus de 30 questions sur les campagnes e-mails qu’ils ont reçus. Chaque dimension de l’email est évaluée :

* Les éléments de forme qui font que les e-mails commerciaux ou marketing **suscitent l’intérêt** (envie de les lire).
* Les éléments de forme qui font que les e-mails commerciaux ou marketing **plaisent** (satisfaction de les avoir reçus).
* Les éléments de forme qui **incitent à partager** des e-mails commerciaux ou marketing **avec l’entourage** (pouvoir de recommandation).

A partir de leurs réponses, L’agence peut réellement comprendre et analyser les comportements face aux e-mails.

La 1ère publication des résultats d’audience du Baromètre l’e-mail aura lieu très prochainement lors d’une conférence.

CTA : Je souhaite en savoir plus sur le baromètre

Qui est Médiamétrie ?

**Médiamétrie**, créée en 1985, est une entreprise spécialisée dans la mesure d'audience et les études marketing des médias audiovisuels et interactifs en France. Elle observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché des médias et de la communication. Elle est notamment connue pour sa marque **Audimat**, dont le nom est devenu un mot du langage courant.

1. **- QUI COMBINE LES TALENTS**

Teaser

Une agence de communication à taille humaine présente en Amérique du Nord et en Europe.

Page

**L’ÉQUIPE JACK RUSSELL**

Frédéric Goubet

Gestion des clients et management de l’agence française.

20 ans d’expérience en agences de communication internationales.

Aime les e-mails ventes privées, recettes et découvertes dans le vin

Willy Marion

Réflexions stratégique et mise en œuvre de scénarios de contacts par e-mails.

Aime les défis marketing, faire travailler son imagination et les e-mails ouverts et cliqués, et cliqués et cliqués.

**Charlotte Fauconnier**

Conseil des clients sur leur stratégie emailing.

En charge du dataviz à l’agence.

Expérience : marketing et communication annonceurs nouvelle économie et médias.

Aime avant tout les e-mails que j’ai accepté de recevoir et qui reflètent l’univers des marques.

**Pascal Chirat**

Directeur New Business

Issu de grandes agences indépendantes et entrepreneur dans l’âme.

Féru de la culture client et d’intelligence commerciale.

**Clémence Petit**

Conseil des clients sur des problématiques emailing et gestion des campagnes

En charge de la pige emailing Jack Russell

Expérience : gestion des campagnes chez Zadig & Voltaire

Aime les e-mails conçus comme de réelles œuvres d’art.

**Clothilde Pourille-Deprez**

Conseil des clients sur des problématiques e-mailing et gestion les campagnes

Expérience : gestion de Club Med chez Publicis Dialog

Aime les e-mails immersifs, chics et épurés.

Marie Broudic

Directrice nouveaux projets

En charge de la gestion et mise en place de nouveaux projets clients

Expérience : régie publicitaire et agence de marketing opérationnel

Aime les courriels qui ne polluent pas dotés d’une touche créative.

**7- DÉCOUVREZ NOS E-MAILS CRÉATIFS**

Teaser

Prenez quelques secondes pour découvrir comment l’e-mail peut devenir un média créatif et encore plus efficace

Page

LES EMAILS CRÉATIFS

Découvrez comment une réflexion marketing associée à une approche créative et une maitrise de la technologie permettent d’apporter des réponses créatives et originales. À vous de juger.

**Faire connaître la couverture mobile élargie de Vidéotron**

La campagne intégrée. Un courriel qui explore et décline le concept publicitaire de la campagne média grâce à l’utilisation d’une image animée qui symbolise l’élargissement de la couverture du réseau mobile de Vidéotron partout au Canada.

**Présenter la nouvelle génération de terminal illico**

Le Gif personnalisé. Un courriel qui se démarque avec une image animée pour vraiment susciter l’intérêt de nos clients dès l’ouverture du courriel et une ligne accrocheuse qui va les inciter à cliquer pour aller voir la page de destination personnalisée, pour en apprendre davantage sur la nouvelle génération de terminal. Une personnalisation du GIF différente pour les clients illico 1 et illico 2.

**Créer du trafic dans les magasins Deserres**Les produits préférés. Deserres propose une surprise personnalisée avec un article sélectionné dans la famille de produits préférée du client, parmi les 12 familles de produits existantes. Pour obtenir cet article, le client doit faire un achat en magasin d’une valeur de 5$, 10$ ou 15$ dépendamment de son segment.

**Lancer une nouvelle marque et fidéliser les clients.**

La Campagne e-mail média. Une série d’e-mails qui mettent en scène le concept de la marque « Always Ready » à travers des portraits de consommateurs qui frappent à la porte. Chaque nouvel e-mail est personnalisé en fonction du statut et des achats des clients.

**Promouvoir la plus grande variété de boissons chaudes au Canada.**

L’e-mail le plus long. Un e-mail qui n’en finit plus et qui surprend par son format original permettant aux clients de vivre l’expérience de la variété. Le client qui va jusqu’au bout de l’e-mail profite d’une promotion pour son prochain achat.

1. **- NOUS SOMMES JACK RUSSELL**

Teaser

Vos e-mails méritent une agence

Page

**NOUS SOMMES JACK RUSSELL**

Nous avons décidé de créer Jack Russell pour apporter une réponse nouvelle au marché et revaloriser le média e-mail, alors que les taux d’ouverture baissent saison après saison.

L’e-mail doit redevenir un média traité de manière stratégique :

La boîte e-mail est une des 3 principales portes d’entrée au Web avec les réseaux sociaux (Facebook) et la recherche (Google).

La communication adressée et ciblée est une réponse économiquement intéressante pour répondre au développement des ad blocks, du programmatique et de l’achat d’impressions au kg.

La mauvaise gestion de la pression et le choix de souvent favoriser les investissements en conquêtes plutôt que ceux effectués sur la base clients, font que les taux d’ouverture baissent et que le niveau de relation avec la marque se détériore.

Alors que les résultats de notre étude de mars 2016 réalisée avec Médiamétrie, sur un panel de 1000 répondants, internautes de plus de 18 ans, nous montrent les niveaux d’affinités de segments de la population avec le média e-mail.

Par exemple :

L’e-mail **sollicité** est apprécié dans l’habillement : 62% des femmes – le voyage/tourisme : 64% des +50 ans – Les produits technologiques : 42% des hommes …

CTA : Je souhaite en savoir plus sur le baromètre

En nous confiant vos campagnes emails, vous acceptez que nous en fassions des beaux succès pour votre marque et de belles expériences pour vos clients.

Tous les aspects de vos campagnes e-mails seront pris en compte ; stratégie, marketing, créativité, design, scénarisation, personnalisation, interactivité, analyse et performance.

Jack Russell est une agence à taille humaine et à la double culture nord-américaine et française, implantée à Montréal et à Paris

1. **– DÉCOUVREZ NOS RÉFÉRENCES**

Teaser

Découvrez nos principaux clients à Montréal et nos premiers clients en France.

Page

LOGOS

**FOOTER (Reprendre le wording du site)**

* REJOINDRE L’ÉQUIPE (lien vers la page nous sommes Jack Russell)
* QUI SOMMES-NOUS (lien vers la page Qui combine les talents)
* PRESSE ET MEDIA
* CONTACT Jack Russel