

6 FAÇONS DE SEGMENTER VOTRE LISTE DE CONTACTS

1 DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

La plus simple des façons de segmenter est de le faire sur des données facilement accessibles comme l'âge, le sexe, la langue et le niveau d'emploi.

Pour les communications entre entreprises (B2B), segmentez selon le type d'entreprise ou l'industrie pour offrir un discours pertinent et mieux adapté à la réalité de chacun des segments.

2 TYPE D'ENTREPRISE ET INDUSTRIE

3 FRÉQUENCE D'ENVOI

Évitez de créer de la frustration chez vos contacts en leur demandant la fréquence à laquelle ils désirent recevoir vos communications.

Offrez des promotions selon la région du contact. Profitez d'un événement local, de l'actualité ou de la météo pour augmenter la pertinence de vos communications.

4 GÉOLOCALISATION

5 CYCLE D'ACHAT

Le contenu informatif à valeur ajoutée est plus efficace au début du cycle d'achat alors que les promotions ont plus d'impact à la fin du cycle.

Découvrez les intérêts de vos contacts par leurs comportements Web. Créez des segments distinctifs en fonction de leur engagement pour engendrer une action positive.

6 INTÉRÊTS ET ENGAGEMENT