

France Loisirs démontre avec Ocito l'efficacité du SMS sur la cible 35/55 ans

Paris – le 5 juillet 2004 - Depuis octobre 2003, France Loisirs a installé, avec l'aide d'Ocito, le SMS comme support du marketing direct pour diverses opérations commerciales : relance des clients qui n'ont pas passé commande, création de trafic en magasin, ou opération d'*up-selling*.

France Loisirs a retenu Ocito, le spécialiste des services mobiles, pour l'accompagner dans la mise en œuvre de ses campagnes de marketing mobile par SMS. «*Le SMS vient en complément des autres moyens utilisés par France Loisirs dans le cadre de sa stratégie de marketing direct et de la relation à distance*» explique Anne PEREZ, Directrice Générale des Centres de Relations Clients de France Loisirs.

Afin de mesurer le potentiel du media SMS, France Loisirs a mené en octobre 2003 une première campagne d'*up-selling* auprès de ses clients en leur adressant 3 messages sur 3 médias différents : une carte postale, un e-mail et un SMS.

L'analyse croisée des résultats par media et par segment permet de confirmer la place du media SMS sur la cible 35/55 ans. Ses performances sont attractives par rapport aux autres médias sur ce type d'opération : taux d'achat supérieur sur les bons clients, panier moyen équivalent, faible coût de routage du message ce qui garantit une très bonne rentabilité.

« *Si 36% des 35/49 ans utilisent régulièrement le SMS (en composant des messages depuis le clavier de leur téléphone mobile), les campagnes menées pour France Loisirs montrent que près de 90% des clients lisent les SMS. Le succès de ces campagnes démontre que le SMS ne s'adresse plus aux seules marques jeunes*», constate Benoît CORBIN, Directeur Général d'Ocito.

Depuis le test d'octobre 2003, France Loisirs a mené avec Ocito d'autres opérations. Les SMS s'inscrivent désormais dans la stratégie de dynamique de contact avec les adhérents pour les accompagner dans leur relation avec le Club.

A propos d'Ocito

Ocito, spécialiste des services mobiles SMS, MMS et Internet Mobile, propose à ses clients une approche complète : conseil, développement, hébergement et raccordement direct aux réseaux des opérateurs mobiles.

Les solutions d'Ocito s'adressent aux entreprises (les annonceurs et leurs agences), aux médias et éditeurs de services et aux acteurs du mobile multimédia. Ocito compte parmi ses principaux clients : la RATP, France Loisirs, la Poste, la SNCF, Radio France, Allociné, Courir...

Plus d'info sur : www.ocito.com

A propos de France Loisirs

Créé au début des années 70, France Loisirs, filiale à 100% du groupe Bertelsmann, compte aujourd'hui 3,8 millions d'adhérents en France, soit un foyer sur cinq et 4,4 millions d'adhérents francophones (clubs français, belge, suisse et québécois). Avec 24 millions de livres vendus par an, France Loisirs représente 8% du marché éditorial français. L'enseigne s'appuie sur un réseau de distribution multi-canaux, et compte 202 boutiques en France.

Le Groupe France Loisirs France a réalisé en 2003 un chiffre d'affaires de 395 millions d'euros, et le Groupe France Loisirs (Club et filiales francophones) un chiffre d'affaires de 440 millions d'euros.

Plus d'info sur <http://www.franceloisirs.com/>

Contacts Presse - Ocito

Benoit Corbin

Tél : 01 53 43 08 33

benoit.corbin@ocito.com