

Brevo

10 push
notifications
efficaces

Pour ré-engager vos utilisateurs



Sommaire

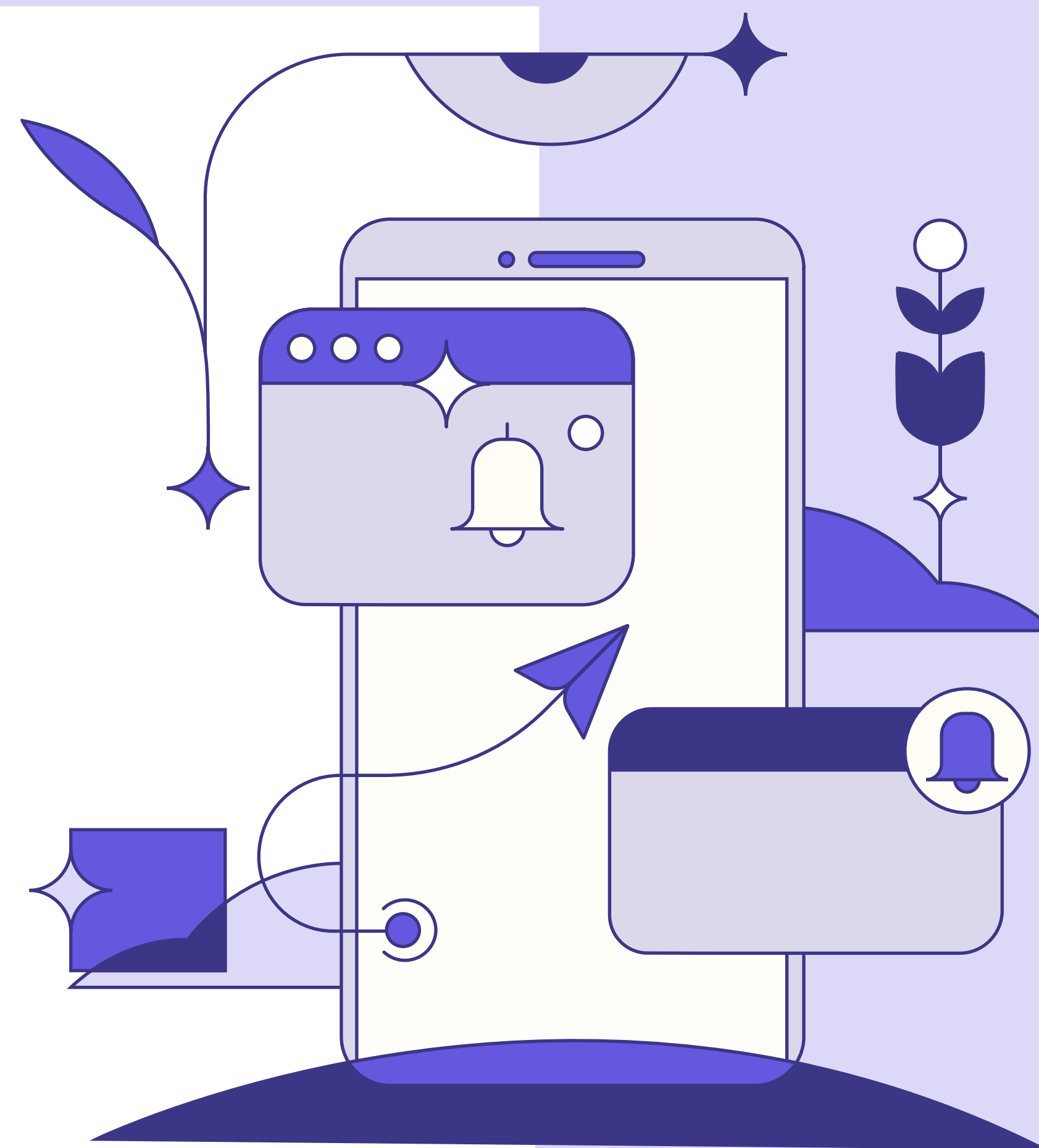
Introduction	03
Pourquoi les Push notifications ?	04
Comment les mettre en place ?	05
10 Push notifications efficaces	07
Conclusion	17

Introduction

Dans un monde digital où la concurrence est rude et où l'attention des utilisateurs est de plus en plus difficile à capter, **les push notifications émergent comme un outil efficace** pour réengager les utilisateurs, augmenter la visibilité de la marque, et motiver l'intention d'achat.

À travers ce guide, nous allons explorer pourquoi les push notifications sont bénéfiques pour votre entreprise, comment les implémenter efficacement, et quels types de notifications sont les plus performantes.

Nous vous dévoilerons **10 types de push notifications qui fonctionnent** et comment certaines entreprises ont réussi à les utiliser pour atteindre leurs objectifs marketing.



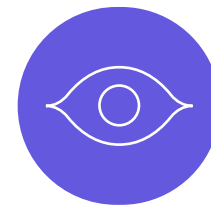
Pourquoi les Push notifications ?

Les push notifications présentent de nombreux bénéfices pour les entreprises, notamment :



Accroître son audience

Attirer de nouveaux utilisateurs et maintenir l'intérêt des abonnés existants.



Augmenter la visibilité de la marque

Garder votre marque en tête des utilisateurs grâce à des rappels réguliers et pertinents.



Augmenter le trafic sur votre site Internet

Générer plus de visites et de clics vers votre site web.



Réengager efficacement ses utilisateurs

Encourager les utilisateurs inactifs à revenir sur votre site ou application.



Booster la conversion

Transformer les visiteurs en clients grâce à des messages ciblés et opportuns.



Motiver l'intention d'achat de vos utilisateurs

Stimuler les décisions d'achat par des incitations et des rappels.



Relayer efficacement les offres et services à ses clients privilégiés

Personnaliser la relation client en communiquant des offres exclusives et des services spécifiques.

Comment les mettre en place ?

Les push notifications fonctionnent grâce à des messages de type alerte qui s'affichent instantanément sur les appareils des utilisateurs, même lorsqu'ils ne visitent pas activement l'application ou le site web. Les utilisateurs doivent s'inscrire aux notifications push, devenant ainsi des "abonnés".

Audience ciblée

- **Opt-in uniquement** : Seuls les utilisateurs ayant donné leur consentement reçoivent les notifications.
- **Anonymat et conformité RGPD** : Les utilisateurs peuvent rester anonymes, et les notifications push ne nécessitent ni cookies ni adresses IP.
- **Multi-plateformes** : Les push notifications sont compatibles avec toutes les plateformes mobiles et desktop.

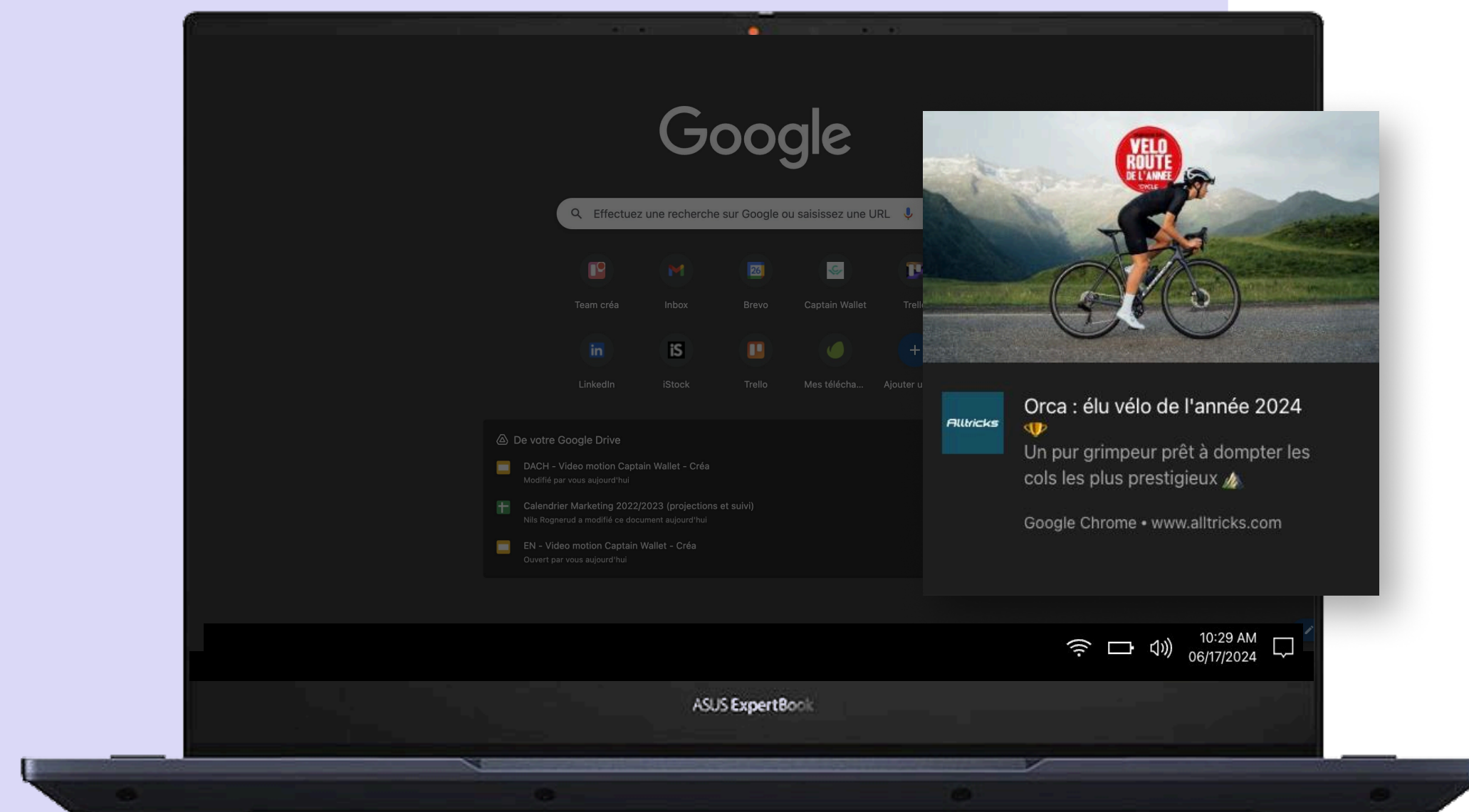


Des formats qui s'adaptent à tous supports

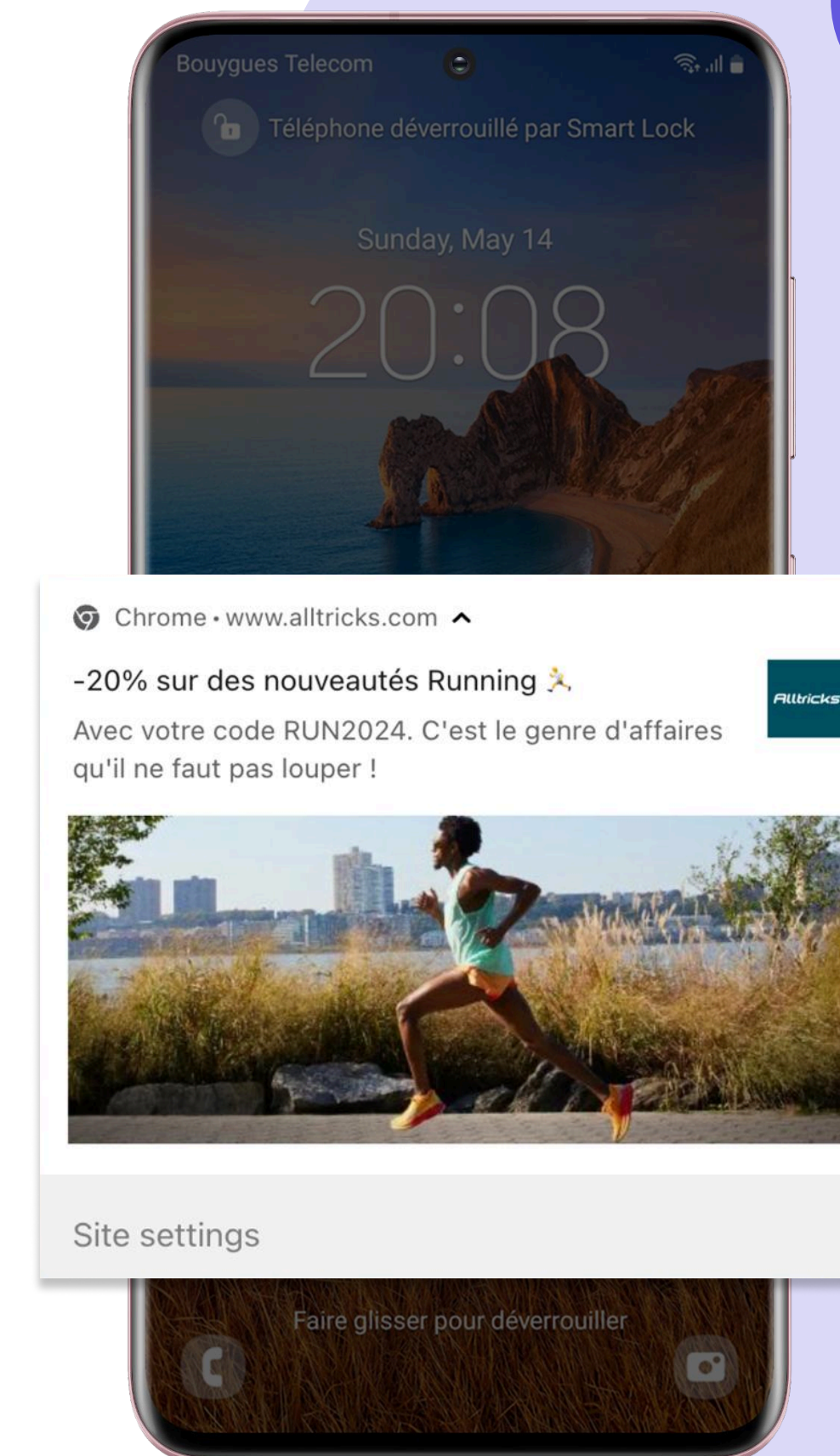
Les push notifications sont flexibles et s'adaptent à tous types de supports, que ce soit sur desktop ou sur mobile, garantissant ainsi une expérience utilisateur homogène et efficace.

Affichage web

Prise en charge par toutes les plateformes, y compris Windows, Mac et Linux.



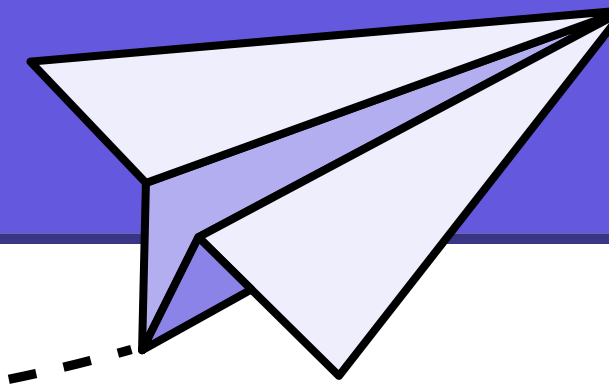
Affichage mobile



Compatibilité avec les téléphones Android et iOS.

10

**push
notifications
efficaces**



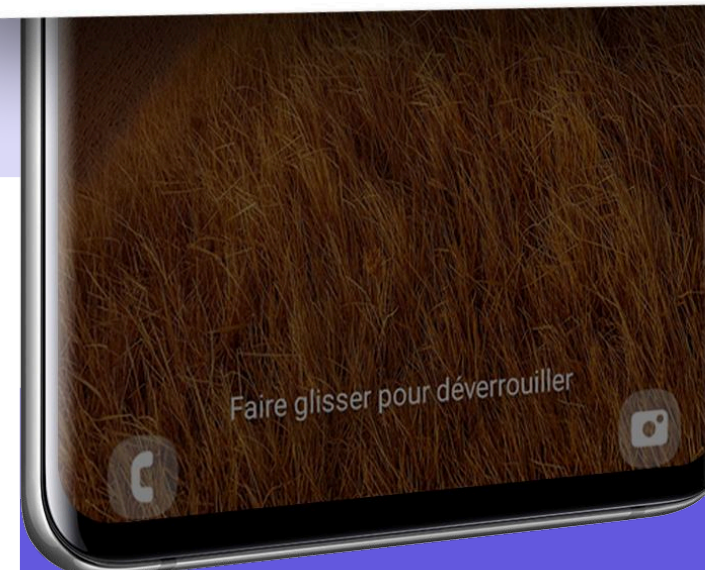
Cas n°1 : Scénario de bienvenue

Comment Sonovente gère l'accueil de chaque nouvel abonné.

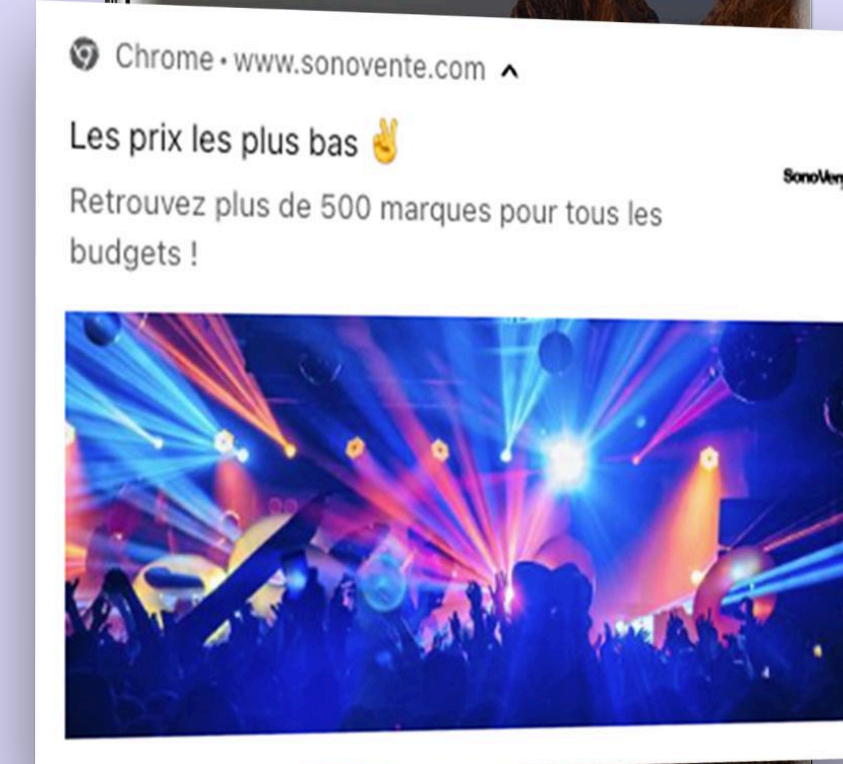
SonoVente
.com

Objectif

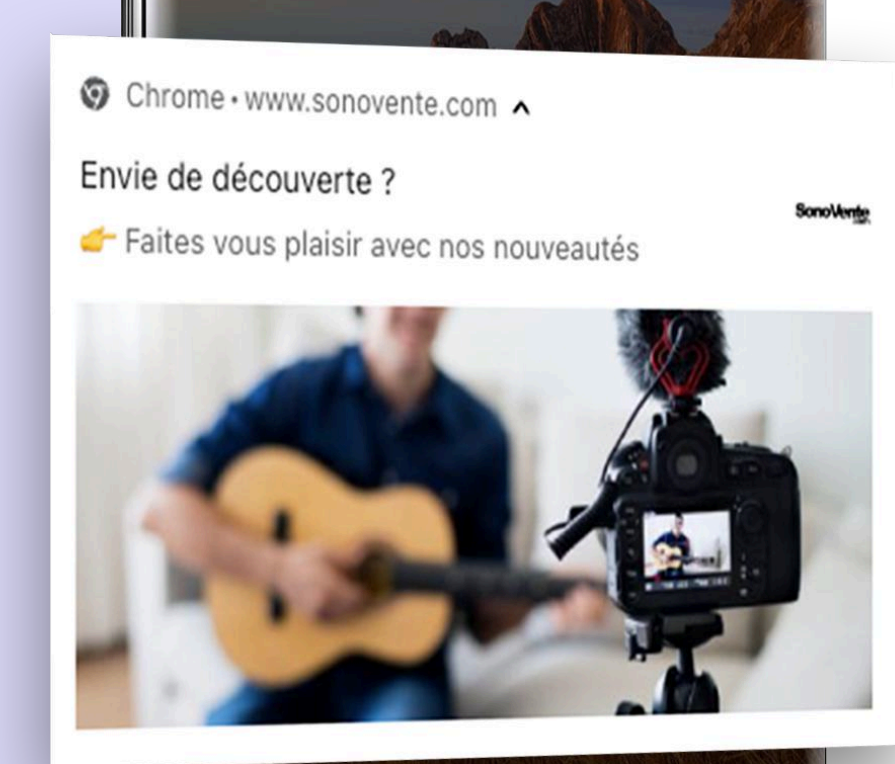
Accueillir les nouveaux abonnés et construire une relation en leur présentant les différents avantages.



Abonné
Accueillir chaque nouvel abonné



J+1
Présenter les promotions



J+7
Présenter les nouveaux produits

Cas n°2 : Ciblage selon l'activité

Comment Oxybul fait revenir ses abonnés inactifs



Objectif

Ré-engager les utilisateurs **qui n'ont pas visité** le site Web ou l'application depuis un certain temps (30 jours par exemple) pour éviter le désabonnement.



Vous nous manquez
Avez-vous vu nos dernière nouveautés ?

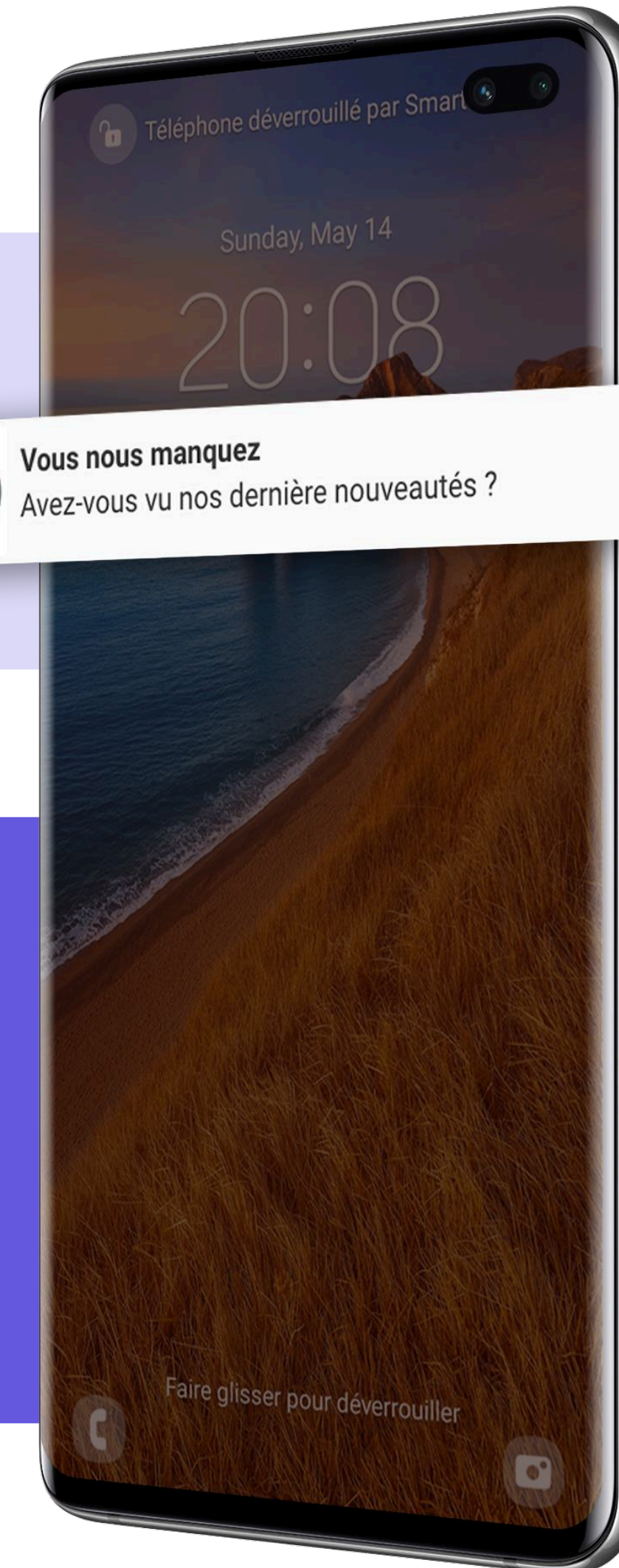
Résultats

2%

CTR

20%

des abonnés reviennent
sur le site



Cas n°3 : Contenu inspiratif

GET THE LABEL.COM

Comment Get The Label identifie automatiquement les catégories favorites de chaque utilisateur en fonction de leur navigation, sans aucun codage.

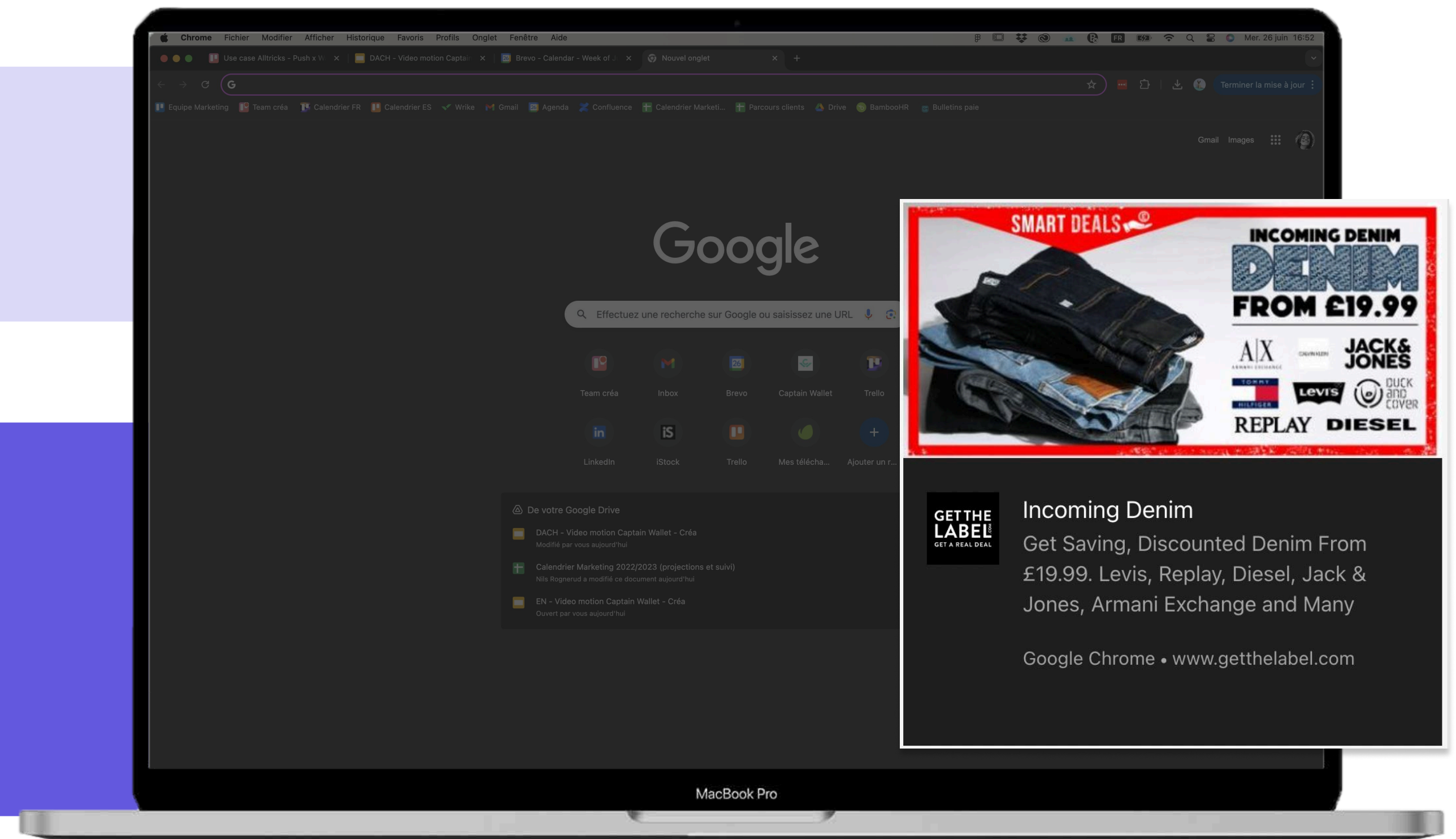
Objectif

Cibler les abonnés avec du contenu basé sur leur navigation.

Résultats

6%

CTR



Cas n°4 : Relance panier abandonné

Alltricks

Alltricks configure facilement son scénario de relance panier sans aucune intervention technique, une notification est ainsi envoyée à l'utilisateur lui rappelant son panier en attente.

Objectif

Rappeler les abonnés ayant mis un article dans leur panier et ayant quitté le site.

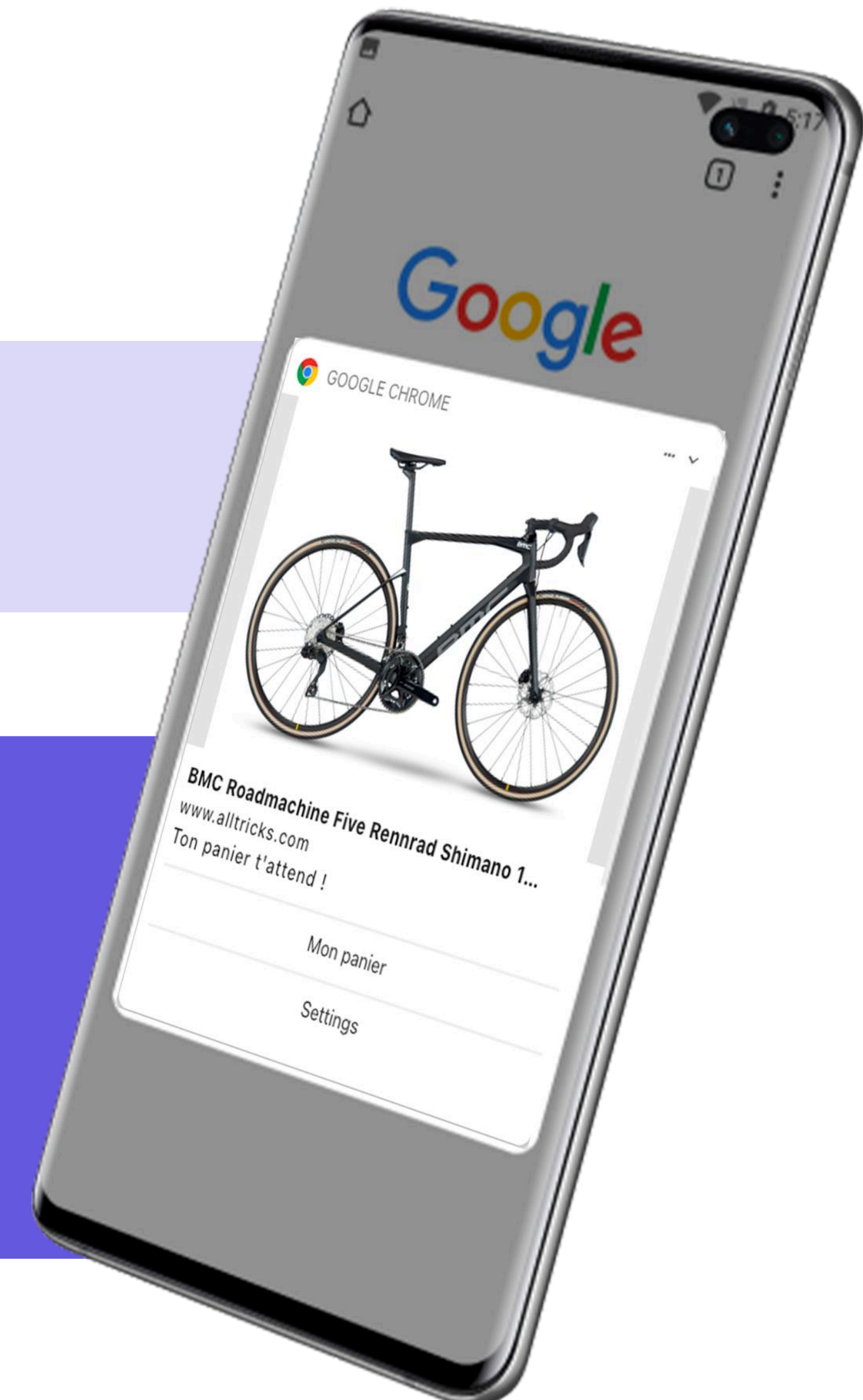
Résultats

7,4%

CTR

3%

de conversion sur la notification



Cas n°5 : Abandon de navigation

Comment Campings.com recible les visiteurs avec la dernière offre après avoir quitté le site et n'ayant pas effectué d'action.

campings.com

Objectif

Rappeler aux utilisateurs les produits qu'ils aiment afin de créer des opportunités d'achat.

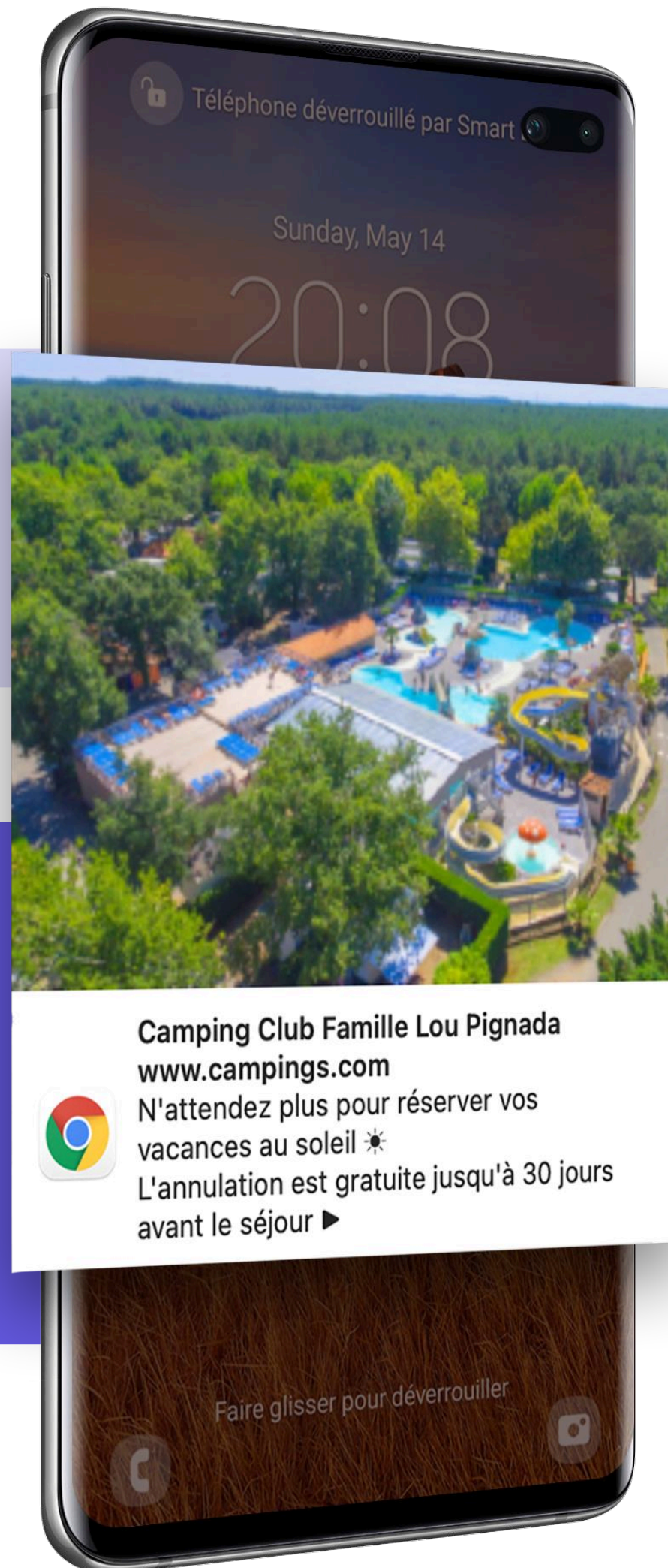
Résultats

6%

CTR

3%

Ajout au panier



Cas n°6 : Confirmation de commande

Comment Tara Jarmon automatise ses messages de remerciement.

T A R A
J A R M O N

Objectif

Rassurer les clients sur le suivi de livraison ou la politique de retour.

Résultats

3%

CTR



Chrome • www.tarajarmon.com ^

Commande confirmée !

Merci pour votre confiance : vous recevrez un email qui recense toutes les informations pratiques (Livraison, contact, ..)

Site settings



Cas n°7 : Avantages abonnés

L'ÉQUIPE

Comment l'Équipe informe ses meilleurs abonnés de leurs avantages.

Objectif

Informers les abonnés et les clients VIP de leurs avantages.

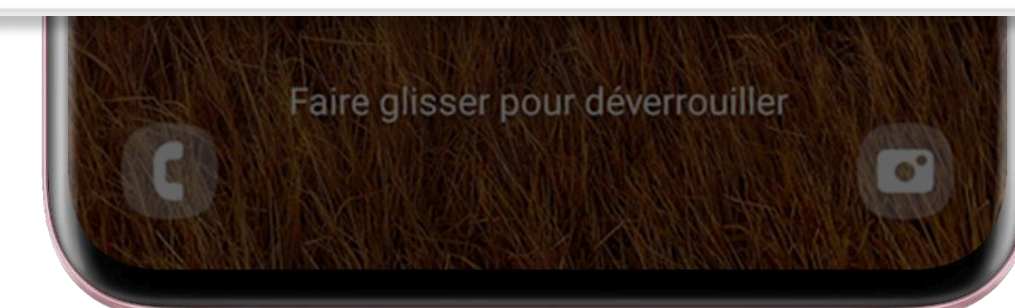
Résultats

15%

CTR



Avantage abonnés - Masterclass
Venez rencontrer Thierry Dusautoir et Imanol Harinordoquy, anciens internationaux du XV de France, le 13 octobre dans nos locaux



Cas n°8 : Ventes privées



Comment Idkids cultive un sentiment d'exclusivité avec des ventes privées pour ses membres VIP.



Objectif

Renforcer la fidélité et générer une conversion directe en invitant les clients VIP à des ventes privées exclusives.

Résultats


8%

CTR

Chrome • www.idkids.fr

Ventes privées ! -10% supp pour nos VIP 📣

Découvrez nos ventes privées jusqu'à -50% ! En tant que membre VIP, profitez de -10% supplémentaires jusqu'au 16/06 ! 🎉



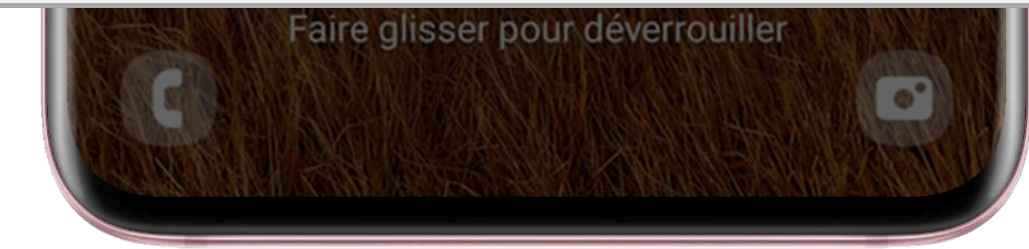
VENTES PRIVÉES

JUSQU'À -50% + -10% SUPP.

DÈS 2 ARTICLES ACHETÉS*

oxybul okaidi absorba catimini

Site settings



Cas n°9 : Cross promotion

Comment Cocooncenter réengage automatiquement ses abonnés avec des produits de marque similaires que les utilisateurs ont visités.



Objectif

Promouvoir un contenu ou un produit similaire en fonction de la navigation sur le site Web.

Résultats

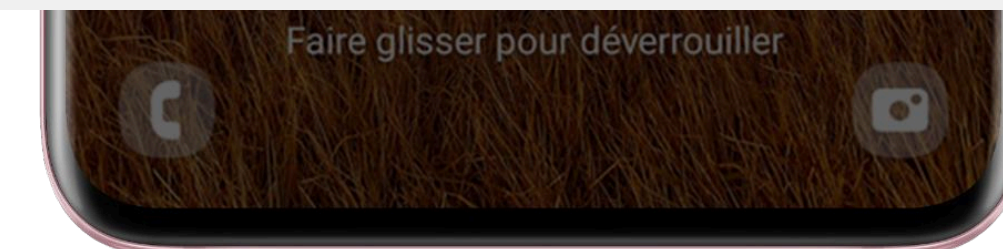
8%
CTR



Chrome • www.cocooncenter.com

Découvrez notre sélection Bioderma 🥰
Les best sellers de la marque à petit prix !

Site settings



Cas n°10 : Live Scoring iOS



Comment le PSG informe ses fans en temps réel : une fonctionnalité exclusive !

Ce contenu est visible sur l'écran de verrouillage et dans l'îlot dynamique du mobile. Celui-ci permet de cibler les utilisateurs même lorsqu'ils ne sont pas dans l'application. Le PSG informe ainsi ses fans en temps réel sur le score d'un match par exemple.

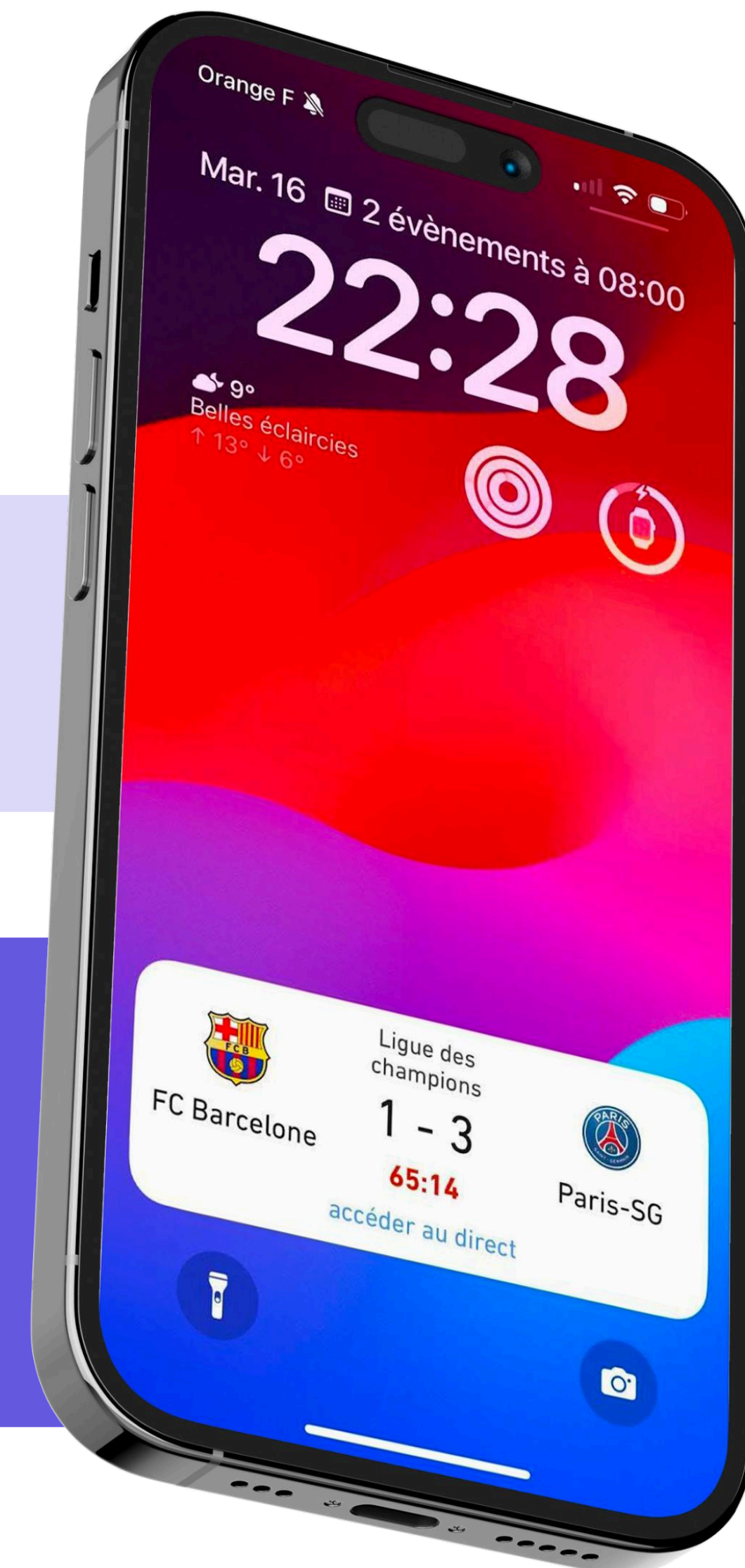
Objectif

Communiquer en temps réel les temps forts du match directement sur l'écran verrouillé iOS.

Résultats

50%

es abonnés reviennent sur l'application



Conclusion

Les 10 exemples présentés dans ce guide montrent comment différentes entreprises ont pu tirer parti des push notifications pour atteindre divers objectifs, qu'il s'agisse de réengager les utilisateurs, booster les conversions ou motiver l'intention d'achat des utilisateurs.

En intégrant les push notifications dans votre stratégie marketing, vous pouvez offrir une expérience personnalisée et engageante à vos clients !

Grâce à leur adaptabilité à tous les supports et au respect de la confidentialité des utilisateurs, elles représentent une solution flexible et efficace pour optimiser votre stratégie marketing.



Brevo



Plus de connexions, plus de conversions

Choisissez les push notifications pour rester au plus proche de vos clients et booster leur engagement.

[Contactez-nous](#)