

# Brevo



## **Le guide ultime des push notifications :**

Révolutionnez votre engagement  
client

Se démarquer devient un véritable défi pour les entreprises. Les stratégies marketing traditionnelles saturent rapidement les canaux de communication, rendant les messages commerciaux indigestes.

Face à cette problématique, une solution émerge avec force : les push notifications. Cette approche directe et personnalisée permet de communiquer efficacement avec les consommateurs, en leur offrant des informations pertinentes au moment opportun.

Ce guide a pour objectif de vous plonger au cœur de cette stratégie marketing efficace. Découvrez pourquoi et comment les push notifications et les messages on-site / in-app représentent aujourd'hui une réelle opportunité pour enrichir l'expérience utilisateur, renforcer l'engagement client, et surtout booster les performances commerciales.

Grâce à une approche pédagogique, des chiffres et des cas concrets, vous deviendrez un expert des push notifications ! Une opportunité ensuite pour vous de transformer chaque point de contact en une opportunité d'engagement significatif.

## Partie 01

# Pourquoi les push notifications ?

Les entreprises sont en quête perpétuelle de stratégies marketing efficaces pour atteindre leur audience cible. Les push notifications se distinguent comme une solution puissante, permettant d'engager directement les utilisateurs sur leurs appareils personnels. Mais pourquoi cette stratégie mérite-t-elle votre attention et comment peut-elle transformer votre engagement client ?

## QUELQUES CHIFFRES

Tout d'abord, les chiffres le prouvent :

### Fort développement

15%

des sites les plus importants  
utilisent les push  
notifications

X2

au cours des 18 derniers  
mois

### Taux d'opt-in élevé

10%

pour les sites web

60%

pour les applications mobiles

### CTR importants

3 à 9%

pour les push notifications

4 à 15%

pour les messages on-site /  
in-app

### Réengagement efficace

30%

des utilisateurs notifiés  
reviennent

X2

sur les pages vues par les  
utilisateurs notifiés

Les push notifications et les messages on-site / in-app vous permettent également de **booster la notoriété de la marque** en réduisant la dépendance aux canaux publicitaires.

Ces chiffres démontrent clairement que la push notification n'est pas seulement une mode passagère mais une stratégie essentielle pour **dynamiser l'engagement et booster l'acquisition clients.**

## Immédiateté et pertinence

Les push notifications permettent d'envoyer des messages **instantanés et pertinents** directement sur les appareils des utilisateurs, offrant une **connexion instantanée** entre la marque et le consommateur.

## Personnalisation à grande échelle

Grâce à une **segmentation avancée** et à l'**analyse des données utilisateur**, la push notification permet de **personnaliser les messages** pour différents segments d'audience, renforçant la pertinence et l'efficacité des campagnes.

## Augmentation de l'engagement et de la rétention

En fournissant un contenu utile et personnalisé, les push notifications encouragent les utilisateurs à **interagir davantage avec l'application ou le site web**, augmentant ainsi **l'engagement et la rétention**.

## Mesurabilité et optimisation

Chaque push notification offre des **métriques précises** (taux d'ouverture, interactions, conversions), permettant une **optimisation continue** des campagnes pour atteindre les objectifs commerciaux.

La push notification offre ainsi une voie directe et puissante pour communiquer avec vos clients, en les atteignant là où ils sont le plus actifs : sur leurs appareils mobiles et ordinateurs. En exploitant cette stratégie, les entreprises peuvent **transformer leur engagement client, maximiser l'impact de leurs messages** et, ultimement, **stimuler leur croissance**.

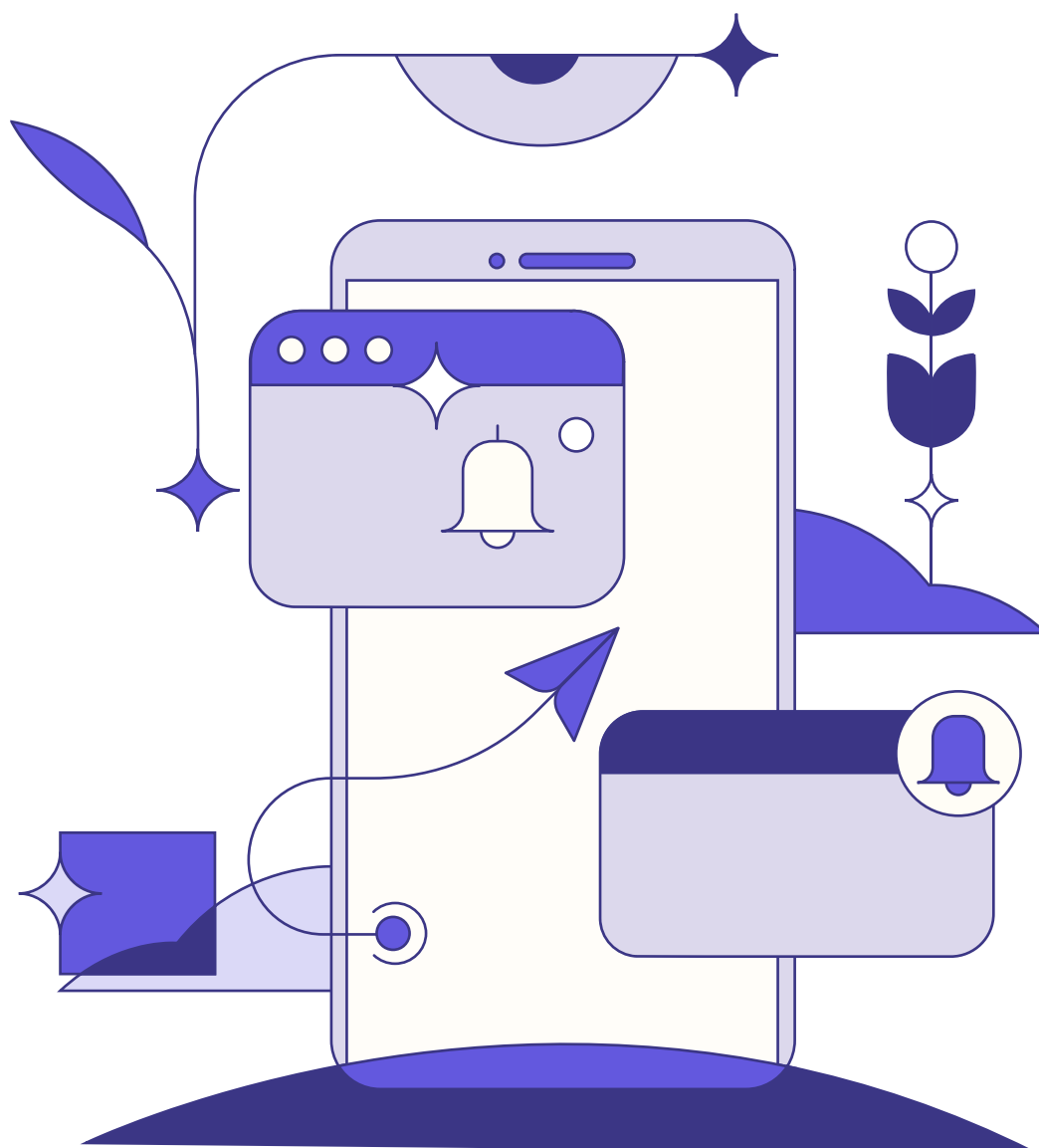
Partie 02

# Comprendre les push notifications

## COMMENT ÇA MARCHE

La push notification fonctionne en envoyant des **messages directement aux appareils des utilisateurs**, qui ont au préalable accepté de recevoir ces notifications. Cette permission préalable assure un niveau de réceptivité et d'engagement plus élevé, car les messages atteignent des utilisateurs déjà intéressés par votre marque ou produit.

Une fois l'utilisateur opt-in, vous pouvez **personnaliser et segmenter vos campagnes de push notifications** pour atteindre les bons utilisateurs au bon moment. Que ce soit pour promouvoir une vente flash, rappeler un panier abandonné ou simplement partager des actualités, chaque push notification peut être finement ajustée pour répondre aux objectifs spécifiques de votre stratégie marketing.



# QU'EST-CE QU'UNE PUSH NOTIFICATION

Il est important de comprendre la différence entre les push notifications et les messages on-site / in-app. 2 types de campagnes push notification dont la différence est subtile mais importante :

## Push notifications web

Une push notification est un message de type alerte qui s'affiche instantanément sans que l'abonné soit en train de visiter l'application ou le site web.



### Son audience :

- Uniquement les utilisateurs opt-in
- Toutes les plateformes mobile et desktop
- Les utilisateurs peuvent rester anonymes
- Conforme au RGPD : pas de cookies, pas d'adresse IP

## Messages on-site / in-app

Un message on-site / in-app est un message qui s'affiche pendant que l'utilisateur visite une application ou un site web.



### Son audience :

- TOUS les utilisateurs
- Toutes les plateformes mobile et desktop
- Les utilisateurs peuvent rester anonymes
- Conforme au RGPD : pas de cookies, pas d'adresse IP



# LES DIFFÉRENTS TYPES DE PUSH NOTIFICATIONS

## Notifications Web Push

Ce sont des alertes qui s'affichent sur le navigateur web d'un utilisateur, **même si celui-ci n'est pas actif sur votre site**. Ces notifications web sont diffusées à un utilisateur chaque fois que son navigateur est ouvert et se glissent dans le coin supérieur ou inférieur droit de l'écran sur desktop ou sur l'écran d'accueil sur mobile.

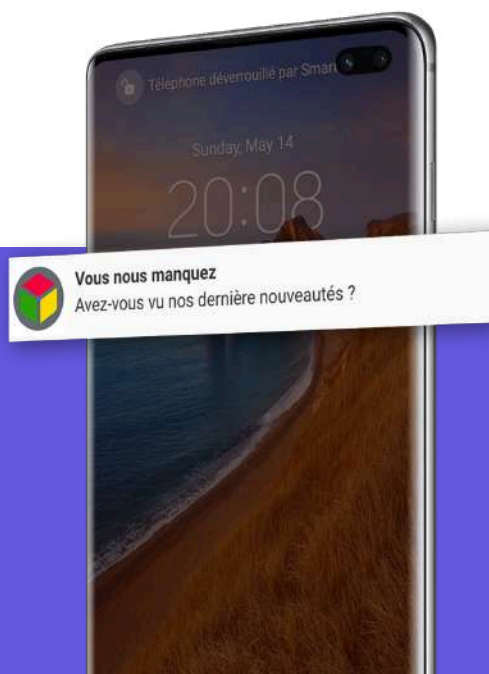
Une portée donc étendue puisqu'elles visent **tous les utilisateurs**, sur desktop et mobile. Elles peuvent être envoyées **en temps réel** ou **programmées** et peuvent être déclenchées suite à un comportement du visiteur sur le site ou suite à un événement particulier.

Grâce à un CTA présent, ces notifications web push sont de précieuses alliées pour **booster l'engagement et le taux de conversion !**



**6%** → **3%**  
de CTR d'ajout au panier

Campings.com re-cible ses visiteurs qui n'ont pas effectué d'actions sur leur site



**20%**  
des abonnés reviennent sur le site Oxybul

Oxybul fait revenir ses abonnés inactifs

# PROMOD

C'est ce que propose par exemple la marque Promod. L'enseigne de vêtements pousse une notification web push personnalisée aux visiteurs qui n'ont pas validé leur panier. Un moyen de leur donner une seconde chance de compléter leurs achats avec une réduction spéciale.

# 9%

de taux de conversion suite  
à l'envoi de ces notifications  
web push

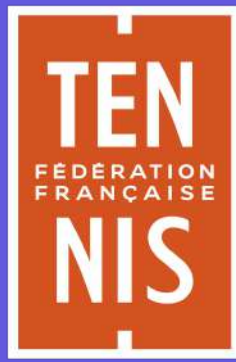


## Notifications App Push

Envoyées aux utilisateurs qui ont installé votre application mobile, ces notifications peuvent **cibler des segments d'utilisateurs spécifiques** basés sur leur comportement ou leurs préférences, rendant le message hautement personnalisé et pertinent.

Il s'agit du meilleur moyen **d'engager les utilisateurs de votre application** à travers ces notifications ciblées, programmées ou automatisées. Elle vous aide à interagir avec vos prospects et clients, ainsi que de **ré-engager vos clients inactifs sur votre application**.



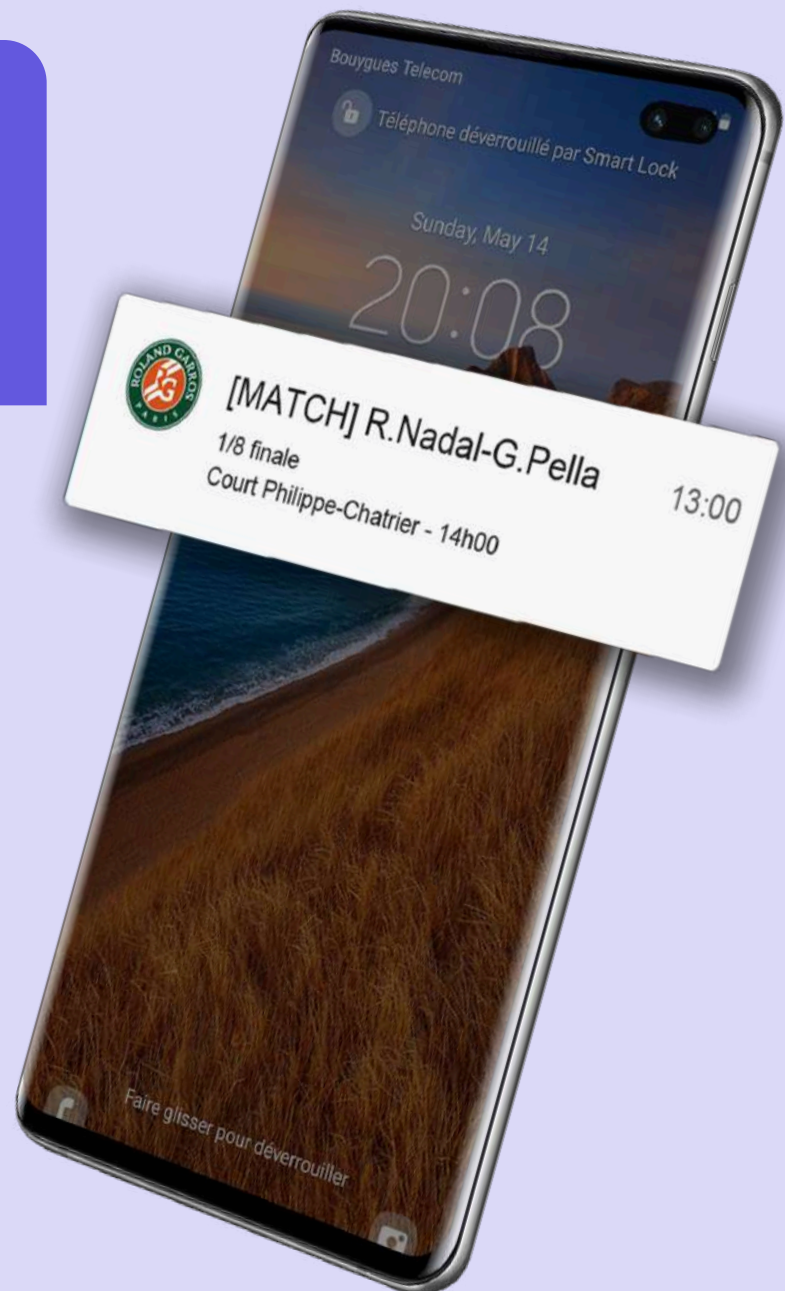


La FFT propose cette solution pour booster l'engagement de ses abonnés à leur application Roland Garros.

Comment ? Grâce aux notifications App Push géolocalisées. La FFT informe ses visiteurs à Roland Garros des temps forts en fonction de leur position.

**32%**

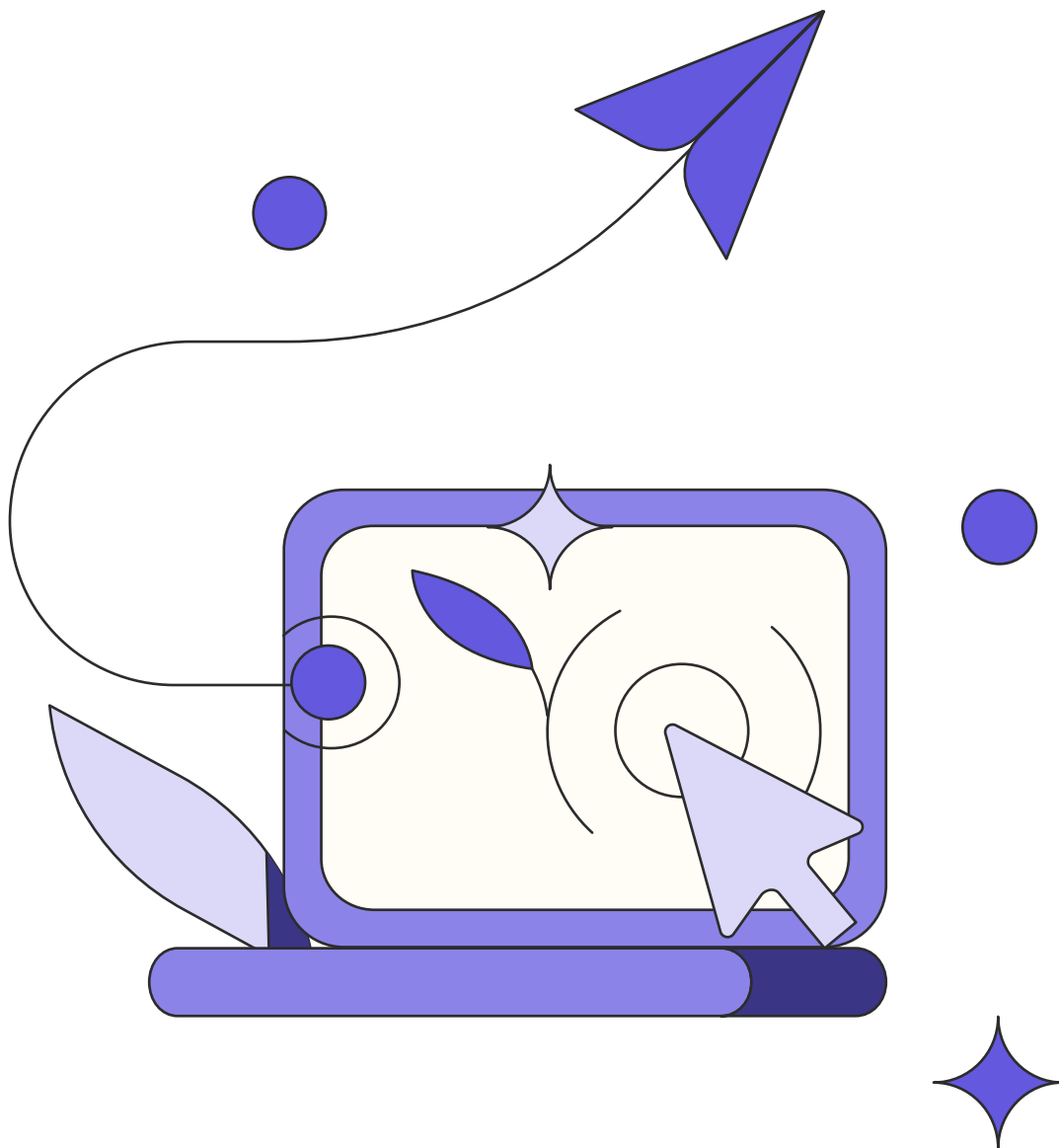
des abonnés reviennent  
sur l'application



## Messages In-App/On-Site

Contrairement aux push notifications vues précédemment, ces messages in-app/on-site s'affichent à l'intérieur de l'application ou du site web même, capturant l'attention des utilisateurs pendant qu'ils sont engagés avec votre contenu. Elles permettent ainsi de **toucher l'ensemble de votre trafic**, y compris ceux qui **ne sont pas abonnés au push**.

Les formats de ces notifications sont flexibles et peuvent là encore être déclenchés selon le **comportement du visiteur** (arrivée sur le site, sortie du site, visualisation d'une page, etc.). Vous pouvez aussi **segmenter vos visiteurs** afin de diffuser des messages personnalisés.





L'enseigne de matériels de musique SonoVente utilise les push notifications pour remercier les visiteurs ayant accepté de recevoir des notifications. Cela permet de construire une relation grâce à la présentation de différents avantages.

Voici comment SonoVente gère l'accueil de chaque visiteur opt-in :

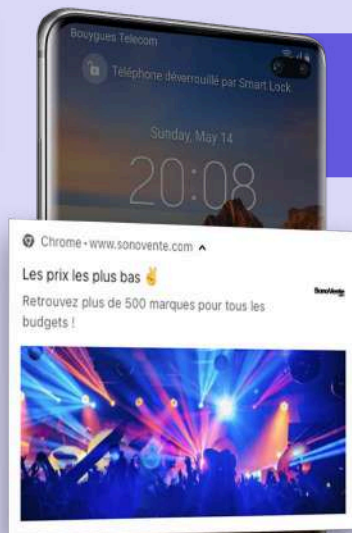
## Abonné

Accueillir chaque nouvel abonné



## J+1

Présenter les promotions



## J+7

Présenter les nouveaux produits



## LE RÔLE DES MESSAGES ON-SITE / IN-APP DANS L'ACQUISITION ET L'ENGAGEMENT DES UTILISATEURS

Les messages on-site / in-app, souvent perçus comme un outil marketing intrusif, jouent en réalité un rôle crucial dans l'acquisition et l'engagement des utilisateurs lorsqu'elles sont utilisées de manière stratégique et ciblée.

Correctement conçues, elles

deviennent un puissant vecteur de communication, permettant de capturer l'attention de l'utilisateur au bon moment et de l'inciter à l'action. Voici plusieurs façons dont les messages on-site / in-app peuvent enrichir l'engagement des utilisateurs :

### Capture de la data

Les messages on-site / in-app sont extrêmement efficaces pour la capture de data, en encourageant les visiteurs à s'inscrire à une newsletter ou à recevoir des notifications. En offrant quelque chose de valeur en échange (comme un code promo ou des avantages exclusifs), vous pouvez significativement augmenter votre base de données d'utilisateurs engagés.

# L'ÉQUIPE

## 15% de CTR

C'est le cas de L'Equipe qui utilise les messages on-site / in-app pour informer ses meilleurs abonnés de leurs avantages.



## Promotions et offres exclusives

Elles permettent de mettre en avant des promotions et offres exclusives de manière très visible. Un message on-site / in-app bien timée attirant l'attention sur une vente flash ou un produit en promotion peut augmenter les taux de conversion et générer des ventes immédiates.

## Amélioration de l'expérience utilisateur

Contrairement aux idées reçues, les messages on-site / in-app peuvent améliorer l'expérience utilisateur lorsqu'elles sont personnalisées et pertinentes. Par exemple, un message offrant de l'aide via un chat en direct à un utilisateur qui semble hésitant sur une page de produit peut fournir une assistance bienvenue et augmenter les chances de conversion.

## Feedback et enquêtes

Les messages on-site / in-app sont un moyen efficace de solliciter des feedbacks et participations à des enquêtes de la part des utilisateurs. Ce feedback peut être crucial pour améliorer les produits/services et ajuster les stratégies marketing en fonction des besoins et préférences des utilisateurs.

**L'ÉQUIPE**

**10%** de CTR

Là encore, le média L'Equipe utilise les messages on-site / in-app pour récolter les avis de ses visiteurs sous la forme de questions à choix multiples.





## Réduction du taux d'abandon du panier

Utilisées stratégiquement sur les pages de panier ou de paiement, les messages on-site / in-app peuvent offrir des incitations (comme un petit rabais ou la livraison gratuite) pour réduire le taux d'abandon de panier, en encourageant les utilisateurs à compléter leur achat.

## Segmentation et personnalisation

Avec les avancées dans les technologies de tracking et d'analyse, les messages on-site / in-app peuvent être hautement segmentées et personnalisées pour s'afficher selon le comportement spécifique des visiteurs ou leur historique de navigation, augmentant ainsi leur pertinence et efficacité.

## Rappel de consentement

Dans le cadre de la conformité au RGPD, les messages on-site / in-app jouent un rôle essentiel dans le rappel de consentement pour le traitement des données personnelles, assurant que les interactions restent transparentes et respectueuses de la vie privée des utilisateurs.

En conclusion, les messages on-site / in-app, lorsqu'elles sont bien exécutées, peuvent non seulement **augmenter l'engagement des utilisateurs** mais aussi **servir de levier significatif pour les conversions et l'amélioration de l'expérience utilisateur**. Leur succès repose sur un équilibre entre attirer l'attention et fournir de la valeur, tout en maintenant une expérience utilisateur positive.

## Partie 03

# 5 stratégies efficaces d'activation clients

Pour que vos campagnes de push notifications atteignent et dépassent vos objectifs, il est essentiel d'adopter des stratégies éprouvées qui maximisent l'engagement et la conversion :

## 1. SEGMENTEZ VOTRE AUDIENCE AVEC PRÉCISION

Une segmentation efficace est la pierre angulaire d'une campagne de push notifications réussie. Divisez votre audience en groupes basés sur des données comportementales, démographiques, et psychographiques pour personnaliser vos messages. Par exemple, envoyez des promotions de produits sportifs uniquement aux utilisateurs qui ont consulté la catégorie sportive de votre site web.

Il est justement possible de segmenter son audience grâce aux messages on-site / in-app !

C'est ce que propose l'enseigne Promod qui catégorise automatiquement chaque visiteur optin aux notifications grâce à une popin.

Cette dernière propose aux visiteurs de s'abonner en sélectionnant ses préférences afin de recevoir des notifications adaptées.

5%

d'opt-in



## 2. PERSONNALISEZ LES MESSAGES POUR AUGMENTER LA PERTINENCE



La personnalisation va au-delà de l'insertion du prénom de l'utilisateur dans le message. Utilisez les données de comportement et de préférences pour créer des messages qui résonnent vraiment avec les besoins et les intérêts de chaque segment.

Les notifications qui recommandent des produits basés sur les achats précédents ou les articles consultés ont un taux de clics significativement plus élevé.

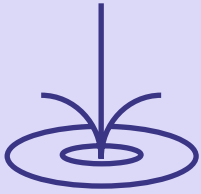
## 3. CHOISISSEZ LE MOMENT OPPORTUN



Le timing des notifications peut grandement influencer leur efficacité. Analysez les données d'utilisation pour déterminer les moments où les utilisateurs sont les plus actifs et les plus susceptibles de répondre.

Par exemple, des notifications envoyées en début de soirée peuvent être plus efficaces pour un public professionnel, tandis que le weekend peut être préférable pour les consommateurs de produits de loisirs.

## 4. UTILISEZ DES APPELS À L'ACTION CLAIRS



Chaque push notifications ou message on-site / in-app doit inclure un appel à l'action (CTA) clair qui incite l'utilisateur à l'action souhaitée. Qu'il s'agisse de "Acheter maintenant", "En savoir plus" ou "S'inscrire", assurez-vous que le CTA soit visible et convaincant.

## 5. MESUREZ ET OPTIMISEZ CONTINUUELLEMENT



Le succès du push notification réside dans sa capacité à être mesuré et optimisé en temps réel. Analysez régulièrement les performances de vos campagnes à l'aide de KPIs tels que les taux de clics, de conversion, et de désabonnement.

Utilisez ces informations pour affiner vos stratégies et améliorer continuellement l'efficacité de vos messages.

# CONCLUSION

À travers ce guide, nous avons exploré comment la push notification peut booster l'acquisition client et transformer l'engagement client. Le tout, en dynamisant sa stratégie marketing digitale.

En adoptant les pratiques recommandées, en personnalisant les interactions, et en optimisant continuellement vos campagnes, vous pouvez non seulement répondre aux attentes de vos clients mais aussi anticiper leurs besoins. La push notification n'est pas simplement un outil de communication ; c'est un levier stratégique puissant qui, lorsqu'il est bien utilisé, peut significativement augmenter l'acquisition, la rétention et la valeur à vie des clients.

Nous espérons que ce guide vous a fourni les connaissances et les inspirations nécessaires pour intégrer efficacement la push notification dans votre stratégie marketing !



# Brevo

## Plus de connexion, plus de conversion

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

[Contactez-nous](#)