



+



ESTUDIO DE CASO

Happn se asocia con Mailjet para una mejor colaboración entre los equipos de marketing y desarrollo



Creada en enero de 2014 en París, Happn es la primera aplicación de citas 100 % móvil, superlocalizada en tiempo real, que permite a sus usuarios encontrar a personas con las que se hayan cruzado y a las que les gustaría conocer. Esta aplicación única parte de la premisa de que cada día nos cruzamos con decenas de personas en la vida real, sobre todo en las grandes ciudades, sin llegar a tener la oportunidad de conocerlas e interactuar con ellas. Por eso, Happn da a los usuarios una segunda oportunidad, la de no pasar por alto la ocasión de conocer a alguien, ofreciéndoles la posibilidad de encontrar y relacionarse con todos esos desconocidos que se mueven por su mismo entorno.

Desde su creación, Happn da prioridad a la relación con el cliente y aplica su estrategia CRM a través de dos canales, el móvil (in-app y push) y el marketing por email, respaldándola con una estrategia en medios sociales. Aunque el móvil sea el principal mecanismo de captación, el email sigue siendo indispensable por su capacidad para llegar a buena parte de la base y generar una gran adhesión a la marca aprovechando la interacción con los usuarios para atraer su atención.





"Enviamos nuestra newsletter en más de 15 idiomas, por lo que debemos de conservar un diseño coherente y conforme con nuestras normas gráficas en cada uno de nuestros emails. Este es un punto fundamental en nuestra estrategia de marca y en la conquista de nuevos mercados."

Sandra Laroche, CRM Manager en Happn

La necesidad de una estructura sólida y adaptable

Happn envía principalmente emails transaccionales, vinculados a la creación de cuentas, con el propósito fundamental de dar la bienvenida y orientar a los usuarios en sus primeros pasos con la aplicación. La importancia de estos emails, al igual que el rápido crecimiento de Happn (que cuenta hoy con 26 millones de usuarios inscritos en todo el mundo), justificaba la necesidad de poner en marcha una estructura flexible y al mismo tiempo sólida para garantizar su adecuada distribución, así como su personalización.

"La elección de Mailjet surgió de forma bastante natural porque queríamos un servicio que respondiera a nuestras necesidades en cuanto a capacidad de entrega, que también –y sobre todo– se ajustara a la legislación relativa a la protección de datos personales vigente en Europa y que además fuera respetuoso con los destinatarios. Mailjet respondía a todas nuestras exigencias en esos aspectos. Además, un detalle práctico, pero que facilita nuestra continua comunicación, es que nuestras sedes parisinas no están demasiado lejos, lo que favorece el contacto ¡y una verdadera emulación!" dice Sandra Laroche.

El objetivo principal de los emails transaccionales de Happn es dar la bienvenida y acompañar a los usuarios en su primer contacto con la aplicación.

La popularidad de la aplicación entre los solteros urbanos y el apoyo de sus fieles inversores financieros logran que Happn conquiste nuevos mercados cada año desde su nacimiento en Francia en 2014. Hoy la aplicación triunfa y cuenta con muchísimos



usuarios desde Nueva York hasta Sídney pasando por Bombay, São Paulo, Estambul o Londres. Para responder lo más rápidamente posible a un público cada vez más numeroso y diversificado, manteniendo la misma calidad de servicio, el equipo CRM ha desarrollado emails de marketing adaptados a sus distintos mercados y atentos a las características específicas de cada uno de ellos. El objetivo es crear vínculos con su comunidad, mediante campañas de comunicación sobre presentaciones de nuevas utilidades o eventos locales o compartiendo trucos para optimizar el uso de la aplicación, ¡por ejemplo para conseguir más «crushes»! Teniendo en cuenta sus imperiosas necesidades en cuanto a exigencia y el dinamismo de su estructura –dentro de la cual el CRM constituye un pequeño equipo– lo que convenció a Happn fue tanto la simplicidad como la eficacia de la herramienta Mailjet.

"El envío de newsletters es el modo más sencillo y directo de seguir en contacto con nuestros usuarios. Componemos estas newsletters con las herramientas de creación puestas a disposición en la aplicación Mailjet, muy fáciles de usar. El diseño y la organización de los mensajes se hacen en unos pocos clics. Es especialmente importante para nosotros, porque estamos presentes en unos treinta países en la actualidad y, en consecuencia, nuestra comunicación se edita en más de 15 idiomas, conservando un diseño coherente y conforme con nuestras normas gráficas en cada uno de nuestros emails, un punto fundamental en nuestra estrategia de marca y en la conquista de nuevos mercados." dice Sandra Laroche.

El seguimiento Mailjet

Además de la eficacia de la herramienta y de su práctica utilización, el seguimiento personalizado era para Happn otro criterio de selección de su proveedor de emails de marketing. En 2016, Happn contó con la asistencia de dos gestores de cuentas. Juntos trabajaron en los grandes proyectos del año, que fueron el establecimiento de emails transaccionales para dar la bienvenida a los nuevos usuarios, el envío de newsletters puntuales y el envío de emails de socios.

"Desde el principio, hemos podido contar siempre con las respuestas eficaces y claras de los asesores en cuanto teníamos alguna pregunta o nos surgía el más mínimo problema. Con el desarrollo de Happn y el aumento de nuestros volúmenes de envío, ahora disponemos de un seguimiento personalizado. El personal de Mailjet nos aporta toda su experiencia y sus conocimientos a la hora de asesorarnos y reaccionar rápidamente para acompañarnos en cada uno de los cambios que queremos efectuar. Es crucial para nosotros, en especial en la conquista de mercados emergentes como Latinoamérica, donde se siguen menos que en Europa las buenas prácticas en el marketing por email y donde es más probable que nuestros mensajes acaben en la carpeta de spam." comenta Sandra Laroche.

Gracias a esta relación de confianza con Mailjet, Happn logró expandir su actividad mucho más allá de las fronteras de Francia, permitiendo a los usuarios del mundo entero





"Estamos encantados con esta colaboración y confiamos en el apoyo que nos dará Mailjet para el futuro desarrollo de Happn y los próximos retos que nos planteamos en materia de captación y fidelización de nuestros clientes."

Aline Sadier, CRM Manager en Happn

disfrutar de sus servicios. La empresa no piensa quedarse ahí; en 2017 tiene previsto lanzar campañas automatizadas, además de integrar variables dinámicas en sus mensajes con el fin de personalizarlos aún más para que resulten incluso más pertinentes.

El rápido crecimiento de Happn, que cuenta hoy con 26 millones de usuarios inscritos en todo el mundo, justificaba la necesidad de poner en marcha una estructura que fuera al mismo tiempo flexible y sólida.

Más de 40 000 empresas están desarrollando fantásticas aplicaciones y programas de emailing con Mailjet.



THE BODY SHOP.



WIKIPEDIA



Más de 40 000 empresas de todo el mundo utilizan Mailjet by **Sinch** para reforzar las conexiones con sus clientes y suscriptores e impulsar su negocio a través del email marketing. Marcas como LaLiga, American Express, Microsoft o McDonalds confían en Mailjet para enviar miles de millones de emails cada año. Mailjet combina un editor de emails de arrastrar y soltar intuitivo, con funciones de entregabilidad fáciles de usar que permiten a las empresas crear y enviar emails efectivos sin tocar una sola línea de código.

Para más información, visita mailjet.com/es