

Engagement de confidentialité AXION : les informations partagées dans cet espace sont strictement confidentielles. AXION s'engage à ne pas divulguer, reproduire ou transmettre à des tiers les données, documents et échanges relatifs à Beauty by Oko (Cils & Beauté), conformément aux principes de confidentialité professionnelle.

LIVRABLE · CAMPAGNE CLIENTES DORMANTES · 14 SEPTEMBRE 2026

Faire revenir vos clientes, de la rentrée à Noël

La Vague 1 est partie le 24 août, puis l'envoi en volume a été mis en attente du site vitrine. Ce document propose la suite : une Vague 2 qui s'appuie sur ce site, pour que chaque email mène à la page du soin avant la réservation et que l'on sache enfin d'où vient un rendez-vous ; un thème par mois jusqu'à Noël ; une relance de cycle automatique qui empêche la base dormante de se reconstituer ; un traitement à part pour vos meilleures clientes. Tout ce qui n'a pas encore été relevé dans les outils est écrit comme tel, sans chiffre supposé.

● Proposition du lundi 14 septembre 2026 ·

Sources : Planity, ateliers du 27 juillet au 7 septembre, Brevé relevé le 14 septembre

BASE DE LA VAGUE 1

**~700 contacts
dédoublonnés**

RYTHME

**50 emails par jour,
relances comprises**

OFFRE

**Surclassement · zéro
remise**

CONDITION DE DÉPART

Pages du site en ligne

Lexique · **Cycle** : fréquence de visite constatée pour une prestation (20 à 50 jours selon le soin). · **S1, S2, S3** : endormies récentes, dormantes de 12 à 24 mois, dormantes de plus de 24 mois. · **VIP** : clientes de la liste « 100 meilleurs clients » de Planity. · **E1, R1** : premier email d'une séquence, relance de cet email. · **UTM** (Urchin Tracking Module) : les quelques mots ajoutés à la fin d'une adresse web pour savoir d'où vient la visite. · **RGPD** : règlement général sur la protection des données. · **MMR** : moyenne mensuelle de référence du contrat, 7 319,43 € HT.

1 · La Vague 1 : ce qu'on sait, ce qu'on ne sait pas

CE QUI EST ÉTABLI

- **17 août : GO et offre B.** Le surclassement est retenu, sans remise en pourcentage : « ta prestation habituelle, avec un temps de soin en plus, offert ». Quatre messages sont finalisés (deux emails par segment, un SMS, une relance à J+5 sur les non-ouvreuses), les VIP sont exclues de l'envoi, l'expéditeur est Oko, depuis oko@beautybyoko.fr.
- **24 août : démarrage.** Environ 700 contacts dormants extraits de Planity, dédoublonnés entre les deux maisons ; 50 envois par jour au plus, pour protéger la délivrabilité ; séquences E1 et R1 ; thème d'entrée le massage ; lien direct vers Planity ; précisions sur l'offre (10 à 15 minutes de plus, un masque des mains). Planity devient la base de référence, synchronisée vers Brevo chaque fin de semaine.
- **24 et 25 août : 68 emails envoyés, puis l'arrêt** (Brevo, relevé le 14 septembre). Un test de 10 emails le lundi 24 août, un premier lot de 58 le mardi 25 août, **tous à des dormantes du Temple**. Le lot suivant, 95 contacts prévus le mercredi 26 août, et la relance aux non-ouvreuses prévue le dimanche 30 août sont restés en brouillon. Aucune cliente de Cils & Beauté n'a été écrite.
- **31 août : mise en attente confirmée.** Oko relève 54 emails et 9 clics, avec un taux d'ouverture qu'elle juge élevé : ces chiffres correspondent au lot du 25 août. L'envoi en volume attend la mise en ligne du site vitrine, pour que les emails renvoient vers une présence en ligne aboutie. La traçabilité des rendez-vous reste absente : aucun code promo, aucun suivi d'origine.
- **Les contraintes techniques relevées le 17 août :** compte Brevo sur l'offre gratuite (300 emails par jour, donc sans effet au rythme de 50) et aucun crédit SMS.

CE QUI N'EST PAS ÉTABLI

- **Le nombre de contacts dans les listes Brevo :** la page des listes n'a pas chargé lors du relevé du 14 septembre. Il reste à confirmer avant tout nouvel envoi.
- **Les emails non délivrés.** Brevo affiche 94,44 % d'ouvertures et 16,67 % de clics sur le lot de 58 : ces taux se calculent sur 54 emails, et ceux du test sur 9. Quatre emails du lot et un du test n'auraient donc pas été délivrés ; c'est une déduction, à vérifier dans le détail de chaque campagne.
- **Le contenu réellement envoyé.** Le 12 août prévoyait cinq emails sur les clientes de 3 à 6 mois ; le 17 août, quatre messages sur deux segments (de 45 jours à 24 mois) ; le 24 août, une séquence E1 et R1 au thème du massage. Brevo ne montre qu'un premier email au Temple : son texte et son segment sont à relire dans l'outil.
- **La composition des ~700 contacts :** leur répartition entre endormies récentes, dormantes de 12 à 24 mois et dormantes profondes, et leur recoupement avec les 984 fiches de l'audit du 31 mai.
- **Les SMS :** aucun envoi n'est consigné.
- **Le bilan prévu le 6 septembre** n'a été consigné dans aucun compte rendu (le 6 septembre était un dimanche).
- **Les rendez-vous obtenus :** impossibles à rattacher à la campagne avec le dispositif actuel.

LE POINT SUR LES ENVOIS, RELEVÉ DANS BREVO LE 14 SEPTEMBRE

Quatre campagnes email existent dans le compte Beauty by Oko. Deux sont parties, deux sont restées en brouillon.

CAMPAGNE	ENVOI	DESTINATAIRES	OUVERTURES	CLICS	DÉSINSCRITES
E1 Temple · test, 10 dormantes	Lun. 24 août, 11 h 02	10	7 (77,78 %)	0	0
E1.1 Temple · lot 1	Mar. 25 août, 11 h 04	58	51 (94,44 %)	9 (16,67 %)	0
E1.2 Temple · lot 2, 95 contacts	Prévu mer. 26 août	Brouillon, jamais envoyé			
R1 · relance à J+5 des non-ouvreuses	Prévu dim. 30 août	Brouillon, jamais envoyé			
Total		68		9	0

Comment lire ces chiffres. Les ouvertures sont gonflées par la protection de la vie privée d'Apple Mail, qui charge les emails reçus sur un iPhone ou un Mac sans qu'ils soient forcément lus : un taux de 94 % ne mesure pas l'intérêt des clientes. **Seuls les clics sont un signal fiable**, ici 9 clics pour 54 emails délivrés sur le lot du 25 août. Aucune conversion n'est mesurée : aucun rendez-vous ne peut être rattaché à ces envois. Aucun envoi SMS n'est consigné.

2 · Le périmètre : segments, maisons et règle de dormance

2 218

FICHES CILS &
BEAUTÉ

1 289

FICHES LE TEMPLE

984

DORMANTES DE
PLUS DE 24 MOIS

~700

CONTACTS DE LA
VAGUE 1

Les 3 500 fiches environ des deux maisons (Planity, 27 juillet) comptent des doublons : une même cliente peut avoir une fiche dans chaque maison. Les deux maisons ne vivent pas du même métier : Cils & Beauté tourne au volume, autour de 34 € de panier moyen, sur les cils et l'épilation ; le Temple tourne autour de 67 €, sur les massages et le Head Spa. La campagne écrit à chaque cliente au nom de la maison qu'elle connaît.

LES SEGMENTS

SEGMENT	DÉFINITION	VOLUME CONNU	VAGUE 1	VAGUE 2 PROPOSÉE
Actives	Dernier rendez-vous à moins de deux cycles	Non compté	Hors campagne	Hors campagne ; relance de cycle au-delà de deux cycles
S1 · Endormies récentes	Au-delà de deux cycles, jusqu'à 12 mois	Non isolé dans les ~700	Temple seulement, segment des 68 emails non consigné	E1 du mois, R1, SMS pour les fiches sans email

S2 · Dormantes 12 à 24 mois	Dernier rendez-vous il y a 12 à 24 mois	Non isolé dans les ~700	Temple seulement, segment des 68 emails non consigné	E1 du mois, R1, SMS pour les fiches sans email
S3 · Dormantes profondes	Plus de 24 mois sans rendez-vous	984 fiches (audit du 31 mai)	Recoupement non consigné	E1 propre au segment, R1, pas de SMS en septembre
VIP	Liste « 100 meilleurs clients » de Planity	À relever par maison	Exclues	Message personnel d'Oko (§ 5)
Nouveaux contacts	Jamais venues, captées par le diagnostic de peau	Aucun : page pas en ligne	Sans objet	Email d'accueil, à écrire

LA RÈGLE DE DORMANCE, PRESTATION PAR PRESTATION

La dormance se mesure au rythme de chaque soin, pas en années. Les cycles ci-dessous ont été mesurés le 27 juillet sur les prestations de Cils & Beauté ; **ceux du Temple (massages, Head Spa) ne l'ont pas encore été**, et restent à relever avant de régler leur relance.

PRESTATION	CYCLE CONSTATÉ	DEUX CYCLES	SEUIL DE DORMANCE (27 JUILLET)
Extensions de cils	~20 jours	~40 jours	> 45 jours
Soin visage coréen anti-acné	~19 jours	~38 jours	> 45 jours
Forfaits épilations visage	~22 jours	~44 jours	> 50 jours
Beauté du regard · épilations corps	~27 jours	~54 jours	> 60 jours
Soins mains et pieds · épilations visage et homme	~32 à 35 jours	~64 à 70 jours	> 75 jours
Soins LPG corps et visage	~43 jours	~86 jours	> 90 jours
Forfaits épilations corps	~50 jours	~100 jours	> 100 jours
Massages · Head Spa (Le Temple)	à mesurer	à mesurer	à fixer

LES RÈGLES DE LA CAMPAGNE

- **Planity est la base de référence.** L'email et le téléphone sont saisis à chaque rendez-vous ; AXION synchronise vers Brevo chaque vendredi. Aucun fichier intermédiaire.
- **Les deux fichiers sont dédoublonnés avant chaque import** : une cliente des deux maisons ne reçoit qu'un message, au nom de la maison où elle est venue en dernier.
- **Sont exclues** : les VIP, les désinscrites, les adresses en erreur. Une désinscription faite dans Brevo n'est jamais réactivée par la synchronisation suivante, même si la fiche Planity ne change pas.
- **Ordre de passage** : d'abord les contacts jamais écrits, c'est-à-dire toutes les clientes de Cils & Beauté et celles du Temple hors des 68 de la Vague 1, dans l'ordre S1, S2, S3 ; ensuite les 68 destinataires de la Vague 1 qui n'ont pas réservé. Les deux brouillons de la Vague 1 (lot 2 et relance) sont archivés, pour qu'aucun ne parte par erreur.

- **50 emails par jour au plus, relances comprises.** Chaque jour, les relances partent en premier, les premiers envois complètent jusqu'à 50. Le domaine beautybyoko.fr, créé le 3 août, n'envoie que depuis fin août : sa réputation se construit encore.
- **Quatorze jours au moins entre deux messages de campagne à la même cliente** (règle proposée). La relance de cycle, envoyée par Planity en SMS, ne peut pas être coordonnée automatiquement avec Brevo : une cliente pourra exceptionnellement recevoir les deux la même quinzaine.
- **Zéro remise** : le surclassement seul, toujours avec une date limite.
- **RGPD** : un lien de désinscription dans chaque email, la mention STOP dans chaque SMS. Les clientes existantes reçoivent des messages sur des soins de même nature que ceux qu'elles ont réservés ; les contacts du diagnostic, jamais venues, doivent avoir coché une case d'accord non cochée d'avance.

3 · La Vague 2 : le site entre l'email et Planity

La condition de départ. La Vague 2 ne part que lorsque les pages du thème du mois sont en ligne : pour septembre, /soins/head-spa et /soins/massages . Le contrôle se fait le vendredi 18 septembre. Si les pages ne sont pas prêtes, tout le calendrier glisse d'une semaine, sans rattrapage : on ne double jamais le rythme pour tenir une date.

LE CHEMIN D'UNE CLIENTE

- **L'email** présente le thème du mois et l'offre, avec un seul bouton principal.
- **Le bouton mène à la page univers du site**, qui explique le soin avec les photos et les bienfaits. Pour une cliente partie depuis deux ans, ou invitée vers un soin qu'elle ne connaît pas, c'est cette page qui fait la décision.
- **La page porte le bouton de réservation** de la bonne maison, vers Planity, qui reste le seul canal de réservation.

Le lien direct vers Planity de la Vague 1 raccourcissait le chemin, mais rendait tout rendez-vous impossible à rattacher à un email. La Vague 2 accepte un clic de plus en échange de la mesure, et garde le lien direct pour la relance de cycle, où la cliente sait déjà ce qu'elle veut réserver.

LES LIENS MARQUÉS, PAR EMAIL ET PAR SEGMENT

Chaque lien porte quatre paramètres UTM, construits une fois par email. Ils permettent au site de savoir quelle visite vient de quel email, pour quel segment, et de la comparer aux visites venues de Google ou d'Instagram sur les mêmes pages.

PARAMÈTRE	CE QU'IL DIT	VALEURS
utm_source	L'outil d'envoi	brevo ou planity
utm_medium	Le canal	email ou sms
utm_campaign	La vague et le mois	dormantes-v2-septembre , dormantes-v2-octobre ...
utm_content	Le message et le segment	e1-s1 , e1-s3 , r1-s2 ...

Exemple, pour le premier email de septembre envoyé aux endormies récentes : beautybyoko.fr/soins/head-spa?utm_source=brevo&utm_medium=email&utm_campaign=dormantes-v2-septembre&utm_content=e1-s1

CE QUE L'ON SAURA, ET CE QUI ÉCHAPPERA ENCORE

ÉTAPE	OÙ ELLE SE LIT	CE QU'ON APPREND
L'email	Brevo	Qui a ouvert, qui a cliqué et sur quel lien
La visite	Mesure d'audience du site, grâce aux UTM	Quelle page a été vue et si le bouton « Réserver » a été cliqué, par email et par segment
Le rendez-vous	Planity, rapprochement du vendredi	Parmi les clientes qui ont cliqué, lesquelles ont un nouveau rendez-vous dans la semaine
Le surclassement	Planity, note du rendez-vous	La cliente qui vient avec l'offre la mentionne ; l'équipe l'inscrit sur le rendez-vous

Échapperont encore : la cliente qui lit l'email puis téléphone à l'institut, ou réserve depuis l'application Planity sans passer par le lien. Le rapprochement du vendredi en rattrape une partie, puisqu'il part de la liste des clientes écrites et non des clics.

UN THÈME PAR MOIS JUSQU'À NOËL

MOIS	THÈME PROPOSÉ	PAGE DU SITE	OFFRE	POURQUOI CE MOIS
Septembre	La rentrée : Head Spa et massages	/soins/head-spa /soins/massages	Surclassement jusqu'au samedi 10 octobre	Le Head Spa n'a aucun concurrent identifié sur la rive droite ; le massage est occupé à 19 % environ
Octobre	La peau après l'été : soins coréens	/soins/soins-coréens	Surclassement jusqu'au samedi 31 octobre	Le différenciant des deux maisons, dont le soin CO ₂
Novembre	Une cure avant les fêtes : LPG	/soins/lpg-minceur	Temps de soin en plus sur la première séance d'une cure commencée avant le samedi 28 novembre	Des paniers de 400 à 1 000 € ; une cure commencée en novembre se termine avant Noël
Décembre	Offrir : cartes cadeaux	/offrir	Aucune : la date de Noël suffit	Décembre 2025 a été le meilleur mois de l'année, après deux campagnes SMS de Noël ; au Temple, près de la moitié des réservations passent par une carte cadeau

À confronter à vos thèmes. À l'atelier du 12 août, les thèmes mensuels jusqu'à Noël devaient venir de vous. Nous ne les avons pas retrouvés dans votre espace : ceux-ci sont une proposition, à remplacer par les vôtres si vous les avez déjà arrêtés. Pour décembre, le site doit encore résoudre un point relevé le 31 août : l'onglet « Offrir » de Planity partage l'adresse de la prise de rendez-vous, et la page [/offrir](#) doit mener directement aux cartes cadeaux.

4 · Les messages, dans votre voix

Les messages reprennent la voix de la Vague 1 : c'est Oko qui écrit, au tutoiement, court, sans vocabulaire de promotion. Deux changements. **L'offre s'élargit** de « ta prestation habituelle » à « le soin de ton choix », pour qu'elle vaille aussi pour l'univers du mois. **Les objets n'ont plus d'emoji**. Les champs entre crochets sont remplis par Brevo ; l'expéditeur affiché est « Oko · Cils & Beauté » ou « Oko · Le Temple du Bien-Être » selon la maison de la cliente.

Pourquoi plus d'emoji dans l'objet. Aucun filtre ne rejette un email pour un seul emoji, mais trois raisons plaident pour s'en passer ici. Le domaine beautybyoko.fr envoie depuis fin août : sa réputation se construit, et un domaine jeune supporte moins bien les signaux associés aux emails promotionnels, qui décident aussi du rangement dans l'onglet « Promotions ». Les messageries n'affichent pas les emojis de la même façon, et certaines les remplacent par un carré vide. Enfin, à 50 envois par jour, un test d'objet avec et sans emoji ne donnerait pas de résultat lisible avant plusieurs semaines. C'est le prénom, dans l'objet et dans la signature, qui rend le message personnel. Si vous tenez au cœur de la Vague 1, il peut revenir sous la signature, jamais dans l'objet.

SEPTEMBRE · HEAD SPA ET MESSAGES

E1 · ENDORMIES RÉCENTES ET DORMANTES DE 12 À 24 MOIS

Objet : Ta rentrée, avec un moment pour toi · **Pré-en-tête :** Un temps de soin en plus, offert jusqu'au 10 octobre

Coucou [Prénom],

La rentrée est passée, et j'ai pensé à toi.

Ce mois-ci, on met à l'honneur le Head Spa japonais et nos massages, au Temple. Si tu ne connais pas encore le Head Spa, tout est expliqué sur notre nouveau site : le déroulé du soin, la cabine, et ce qu'il fait pour toi.

Pour ton retour, je t'ai gardé un surclassement : le soin de ton choix, avec un temps de soin en plus, offert, pour tout rendez-vous pris avant le 10 octobre.

[Découvrir le Head Spa](#)

Tu préfères ton soin habituel ? Il t'attend aussi : [voir tous nos soins](#).

À très vite,
Oko

Bouton : </soins/head-spa> · lien secondaire : page d'accueil · utm_content=e1-s1 ou e1-s2. Pied de message : Beauty by Oko, Cils & Beauté et Le Temple du Bien-Être, Cenon · lien de désinscription. Si vous refusez d'écrire à une cliente pour l'autre maison (décision 3), les clientes de Cils & Beauté reçoivent la même structure avec leur univers habituel en tête et le bouton vers </soins/cils-et-regard> ou </soins/epilatio> n .

E1 · DORMANTES PROFONDES, PLUS DE 24 MOIS

Objet : Ça fait longtemps, [Prénom] · **Pré-en-tête :** Beaucoup de choses ont changé depuis ta dernière visite

Coucou [Prénom],

Ça fait longtemps qu'on ne s'est pas vues, et beaucoup de choses ont changé depuis ta dernière visite.

Nos deux maisons de Cenon, Cils & Beauté et Le Temple du Bien-Être, se retrouvent aujourd'hui sous un même nom, Beauty by Oko, avec un site où tu peux tout découvrir : le Head Spa japonais, les soins coréens, nos massages.

Si l'envie te revient, je t'ai gardé un surclassement : le soin de ton choix, avec un temps de soin en plus, offert, pour tout rendez-vous pris avant le 10 octobre.

[Découvrir nos deux maisons](#)

Au plaisir de te revoir,
Oko

Bouton : page d'accueil · utm_content=e1-s3. Le nom « Beauty by Oko » dépend de la décision 4. Après ce premier passage, les adresses en erreur et les désinscriptions sont retirées de la base.

R1 · SEPT JOURS APRÈS L'E1, UNIQUEMENT CELLES QUI NE L'ONT PAS OUVERT

Objet : Ton surclassement court jusqu'au 10 octobre · **Pré-en-tête :** Au cas où mon message se soit perdu

Coucou [Prénom],

Je te le redis, au cas où mon premier message se soit perdu : ton surclassement (le soin de ton choix, avec un temps de soin en plus, offert) t'attend jusqu'au 10 octobre.

[Choisir mon soin](#)

Belle journée,
Oko

Pourquoi sept jours et non cinq comme en Vague 1 : les emails partent du lundi au vendredi, et une relance à cinq jours tombe le week-end. C'est ce qui est arrivé à la relance de la Vague 1, programmée pour le dimanche 30 août et jamais partie. À sept jours, chaque relance part le même jour de la semaine que son premier email.
utm_content=r1-s1, r1-s2 ou r1-s3.

SMS · FICHES SANS EMAIL, ENDORMIES RÉCENTES ET DORMANTES DE 12 À 24 MOIS

Coucou [Prénom], c'est Oko. Ce mois-ci au Temple : Head Spa et massages. Pour ton retour, un temps de soin en plus offert jusqu'au 10/10. Infos et réservation : [lien] STOP au [numéro]

Écrit sans caractère qui fasse passer le SMS en encodage étendu (pas de ê, ç, â, ni d'apostrophe typographique) : voir § 9. Lien raccourci vers /soins/head-spa avec utm_source=brevo&utm_medium=sms.
Pas de SMS aux dormantes profondes en septembre : le coût par retour y est le plus élevé.

OCTOBRE · LA PEAU APRÈS L'ÉTÉ

E1 · TOUS LES SEGMENTS DORMANTS, QUATORZE JOURS AU MOINS APRÈS LEUR DERNIER MESSAGE

Objet : Ta peau après l'été · **Pré-en-tête** : Nos soins coréens, et un temps de soin en plus jusqu'au 31 octobre

Coucou [Prénom],

Après l'été, c'est souvent le moment où l'on a envie de s'occuper de sa peau.

Ce mois-ci, je te propose de découvrir nos soins visage coréens, dont notre soin CO₂. Tu trouveras sur notre site le détail de chaque soin et ce qu'il t'apporte.

Ton surclassement tient toujours : le soin de ton choix, avec un temps de soin en plus, offert, pour tout rendez-vous pris avant le 31 octobre.

[Découvrir les soins coréens](#)

À très vite,
Oko

Bouton : </soins/soins-coreens> · utm_campaign=dormantes-v2-octobre. R1 et SMS sur le modèle de septembre, date limite du 31 octobre.

NOVEMBRE · UNE CURE AVANT LES FÊTES

E1 · TOUS LES SEGMENTS DORMANTS

Objet : Une cure avant les fêtes · **Pré-en-tête** : La commencer en novembre, pour la finir avant Noël

Coucou [Prénom],

Une cure LPG se construit sur plusieurs séances : la commencer en novembre, c'est la terminer avant les fêtes.

Sur notre site, tu trouveras comment se déroule une cure et à quoi t'attendre, séance après séance.

Pour toute cure commencée avant le 28 novembre, je t'offre un temps de soin en plus sur ta première séance.

[Découvrir les cures LPG](#)

À très vite,
Oko

Bouton : </soins/lpg-minceur> · utm_campaign=dormantes-v2-novembre. Le surclassement porte sur la première séance seulement : sur une cure entière, il deviendrait une remise déguisée.

DÉCEMBRE · OFFRIR

E1 · TOUS LES SEGMENTS DORMANTS, ET LES CLIENTES ACTIVES SI VOUS LE DÉCIDEZ

Objet : Offrir un moment, pour Noël · **Pré-en-tête** : Une carte cadeau, valable 12 mois

Coucou [Prénom],

Si tu cherches un cadeau qui fait vraiment plaisir, nos cartes cadeaux se choisissent en ligne, en quelques minutes : un montant libre ou le soin de ton choix, valable 12 mois.

Offrir une carte cadeau

Et si c'est toi qui as besoin d'un moment avant les fêtes, les rendez-vous de décembre sont ouverts : [voir nos soins](#).

Belles fêtes,
Oko

Bouton : `/offrir` · `utm_campaign=dormantes-v2-decembre`. Envoi à partir du lundi 30 novembre, R1 sept jours plus tard.

SMS · DÉCEMBRE

Coucou [Prénom], c'est Oko. En décembre, offre un moment : carte cadeau montant libre ou soin au choix, valable 12 mois. [lien] STOP au [numéro]

Le précédent existe : en décembre 2025, le Temple a envoyé depuis Planity deux campagnes de 421 puis 493 SMS pour Noël.

5 · Les VIP, à part

Vos meilleures clientes ont été retirées de la Vague 1, comme le prévoyait la checklist du 17 août, et le restent en Vague 2. Une offre de masse ne leur ressemble pas : elles connaissent Oko, et c'est Oko qu'elles doivent entendre.

- **La liste** : les clientes de la liste « 100 meilleurs clients » de Planity, dans chaque maison. Oko la relit et repère celles qu'elle n'a pas vues depuis deux cycles de leur soin habituel : ce sont elles qui reçoivent un message.
- **La forme** : un appel, ou un SMS écrit par Oko elle-même, jamais un envoi groupé. Pas d'offre chiffrée : une attention choisie en cabine, le jour du rendez-vous.
- **Trois moments d'ici Noël** : la rentrée (le Head Spa, avant les autres), fin octobre (le soin coréen du mois), début décembre (une carte cadeau à offrir, ou un moment pour elle avant les fêtes).
- **Ce que fait AXION** : tenir la liste d'exclusion dans Brevo à chaque synchronisation, et rappeler chaque moment dans le planning la semaine d'avant.

TRAME, À DIRE AVEC VOS MOTS

Coucou [Prénom], c'est Oko. Ça fait un moment que je ne t'ai pas vue, et j'avais envie de prendre de tes nouvelles. On vient d'ouvrir le Head Spa au Temple et j'aimerais que tu sois parmi les premières à l'essayer. Dis-moi quand ça t'arrange, je te garde un créneau.

« On vient d'ouvrir » est à ajuster : le Head Spa est peut-être déjà connu d'une partie de vos VIP.

6 · La relance de cycle automatique

La campagne écrit aux clientes déjà parties. La relance de cycle écrit à celles qui sont **en train de partir** : dès qu'une cliente dépasse deux cycles de sa prestation sans rendez-vous, elle reçoit un message. Sans elle, la base dormante se reconstitue au rythme où la campagne la vide.

Pourquoi dans Planity, et donc en SMS. La date du dernier rendez-vous par prestation n'existe que dans Planity, et elle ne sort pas en masse : c'est le blocage relevé à l'atelier du 12 août. Brevo ne peut donc pas savoir qu'une cliente cils a dépassé 40 jours. Planity propose en revanche, en natif, des campagnes SMS automatiques « clients inactifs », avec une période réglable en mois et un filtre par prestation. La relance de cycle se règle là où sont les données, avec un lien direct de réservation, et un coût à chiffrer avant de l'activer (§ 9).

LE RÉGLAGE PROPOSÉ

Planity compte en mois entiers. Le réglage proposé est le premier mois entier au-delà de deux cycles : il ne relance jamais avant le seuil de dormance du 27 juillet.

PRESTATION	DEUX CYCLES	RÉGLAGE PLANITY	MESSAGE
Extensions de cils	~40 jours	2 mois	Cils
Soin visage coréen anti-acné	~38 jours	2 mois	Visage
Forfaits épilations visage	~44 jours	2 mois	Épilation
Beauté du regard · épilations corps	~54 jours	2 mois	Regard ou épilation
Soins mains et pieds · épilations visage et homme	~64 à 70 jours	3 mois	Mains et pieds ou épilation
Soins LPG corps et visage	~86 jours	3 mois	LPG
Forfaits épilations corps	~100 jours	4 mois	Épilation
Massages · Head Spa	à mesurer	à fixer	Temple

Le réglage en mois est plus lâche que la règle en jours pour les soins les plus fréquents : une cliente cils est relancée vers 60 jours, et non 40. C'est la limite de l'outil. Le jour où la date de dernière visite par prestation pourra sortir de Planity, la relance pourra passer dans Brevo, au jour près.

LES MESSAGES

SMS · UN TEXTE PAR FAMILLE DE PRESTATIONS

Cils : Coucou [Prénom], c'est Oko. C'est sans doute le moment de repasser pour tes cils. On te garde un créneau ? [lien] STOP au [numéro]

Visage : Coucou [Prénom], c'est Oko. Ton dernier soin visage date de quelques semaines, c'est le moment du suivant. [lien] STOP au [numéro]

Épilation : Coucou [Prénom], c'est Oko. Ce sera vite le moment de ta prochaine épilation. Réserve ici : [lien] STOP au [numéro]

LPG : Coucou [Prénom], c'est Oko. Ta dernière séance LPG date d'il y a un moment. On reprend ? [lien] STOP au [numéro]

Chaque texte tient en un segment de 160 caractères avec un prénom de huit lettres et un lien court. Le prénom n'est inséré que si Planity le permet dans ses campagnes automatiques ; sinon, « Coucou, c'est Oko ». Lien direct vers la réservation de la bonne maison. Pas d'offre : la relance de cycle rappelle un rendez-vous, elle ne l'achète pas.

7 · Le calendrier des quatre prochaines semaines

Emails du lundi au vendredi, 50 par jour au plus. **Chaque jour, les relances de la semaine précédente partent d'abord, et les premiers envois complètent jusqu'à 50.** Le nombre de relances dépend des ouvertures, encore inconnues : le tableau fixe donc le plafond, pas la répartition. À ce rythme, une passe complète sur environ 700 contacts, relances comprises, prend trois à quatre semaines ; ce qui n'est pas parti le 9 octobre part avant l'email d'octobre.

JOUR	EMAILS	CE QUI SE PASSE	QUI
SEMAINE DU 14 SEPTEMBRE · PRÉPARATION, AUCUN ENVOI EN VOLUME			
Lun. 14 sept.	0	Atelier : présentation de cette proposition ; bilan de mi-parcours prévu cette semaine. Chiffres de la Vague 1 relevés dans Brevo le soir (§ 1)	Oko · AXION
Mar. 15 sept.	0	Vos décisions (§ 10) ; relecture de la liste VIP ; comptage des contacts des listes Brevo et vérification des emails non délivrés ; archivage des deux brouillons de la Vague 1 ; construction des listes de la Vague 2, par segment et par maison	Oko · AXION
Mer. 16 sept.	0	Chiffrage SMS : nombre de fiches sans email, estimateur Planity, grille Brevo ; construction des liens UTM de septembre	AXION
Jeu. 17 sept.	0	Relances de cycle saisies dans Planity, non activées ; test des emails de septembre sur oko@beautybyoko.fr et sur un mobile	AXION · Oko
Ven. 18 sept.	0	Synchronisation Planity vers Brevo ; contrôle de mise en ligne des pages Head Spa et massages : départ lundi, ou report d'une semaine	AXION
SEMAINE DU 21 SEPTEMBRE · E1 DE SEPTEMBRE			
Lun. 21 sept.	50	Atelier : budget SMS arrêté. E1 aux endormies récentes jamais écrites	AXION

Mar. 22 sept.	50	E1, endormies récentes ; SMS de septembre aux fiches sans email si le budget est validé ; relance de cycle activée dans Planity si validée	AXION · Oko
Mer. 23 sept.	50	E1, fin des endormies récentes puis dormantes de 12 à 24 mois	AXION
Jeu. 24 sept.	50	E1, dormantes de 12 à 24 mois	AXION
Ven. 25 sept.	50	E1, dormantes de 12 à 24 mois ; synchronisation ; premier rapprochement des clientes écrites avec les nouveaux rendez-vous Planity	AXION

SEMAINE DU 28 SEPTEMBRE · PREMIÈRES RELANCES

Lun. 28 sept.	50	Atelier : premiers chiffres par email et par segment. R1 aux non-ouvrees du 21, puis E1	AXION
Mar. 29 sept.	50	R1 du 22, puis E1 aux dormantes profondes	AXION
Mer. 30 sept.	50	R1 du 23, puis E1 ; fin de l'offre de la Vague 1	AXION
Jeu. 1^{er} oct.	50	R1 du 24, puis E1 aux dormantes profondes	AXION
Ven. 2 oct.	50	R1 du 25, puis E1 ; synchronisation ; rapprochement	AXION

SEMAINE DU 5 OCTOBRE · FIN DU PASSAGE DE SEPTEMBRE

Lun. 5 oct.	50	Atelier. R1 du 28, puis E1 aux 68 destinataires de la Vague 1 restés sans rendez-vous	AXION
Mar. 6 oct.	50	R1 du 29, puis E1	AXION
Mer. 7 oct.	50	R1 du 30, puis E1 ; rendez-vous VIP de la rentrée faits	AXION · Oko
Jeu. 8 oct.	50	R1 du 1 ^{er} octobre, puis E1 ; test des emails d'octobre	AXION
Ven. 9 oct.	50	R1 du 2 octobre ; synchronisation ; rapprochement ; liens UTM d'octobre ; l'offre de septembre se termine le lendemain, samedi 10	AXION

ENSUITE, JUSQU'À NOËL

- **Lundi 12 octobre** : point d'étape à l'atelier ; E1 d'octobre, soins coréens, pour chaque cliente dont le dernier message date d'au moins quatorze jours ; offre jusqu'au samedi 31 octobre.
- **Vendredi 30 octobre** : bilan de la campagne, intégré au bilan des 90 jours et à la fin de la Phase 1.
- **Lundi 2 novembre** : E1 de novembre, cures LPG ; offre jusqu'au samedi 28 novembre.
- **Lundi 30 novembre** : E1 de décembre, cartes cadeaux, et SMS de décembre ; R1 à partir du lundi 7 décembre.
- **Lundi 4 janvier 2027** : bilan de Noël.

8 · Les indicateurs et le bilan

INDICATEUR	OÙ IL SE LIT	COMMENT LE LIRE
------------	--------------	-----------------

Délivrés et adresses en erreur	Brevo	Par email et par segment ; les dormantes profondes auront le plus d'adresses mortes
Ouvertures	Brevo	Gonflées par la protection de la vie privée d'Apple Mail, qui compte comme ouvert un email chargé sans être lu : 94 % sur le lot du 25 août. Elles servent seulement à cibler la relance, jamais à juger un message
Clics	Brevo	Le seul signal fiable côté email, par lien : 9 clics pour 54 emails délivrés le 25 août
Désinscriptions	Brevo	Seuil d'alerte proposé : au-delà de 1 % d'un envoi, on s'arrête et on relit le message
Visites et clics « Réserver »	Mesure d'audience du site, UTM	Par email et par segment, comparés aux visites venues de Google et d'Instagram
Rendez-vous rapprochés	Planity, chaque vendredi	Clientes écrites qui ont un nouveau rendez-vous dans la semaine
Surclassissements notés	Planity, note du rendez-vous	La preuve la plus directe qu'un rendez-vous vient de la campagne
Chiffre d'affaires rattaché	Caisse Planity	Face à la MMR de 7 319,43 € HT, qui sert de base à la commission

L'ordre de grandeur posé le 27 juillet reste l'hypothèse de travail : **5 à 10 % de clientes revenues** sur les segments écrits, à valider sur les chiffres réels. Il ne sera pas rapporté aux ~700 contacts tant que la base écrite n'aura pas été comptée dans Brevo.

Trois rendez-vous de bilan. Le **lundi 12 octobre**, point d'étape après la fin de l'offre de septembre. Le **vendredi 30 octobre**, bilan de la campagne dans le bilan des 90 jours. Le **lundi 4 janvier 2027**, bilan de Noël, cartes cadeaux comprises.

9 · Les coûts SMS, à chiffrer avant tout envoi

Aucun SMS ne part sans un montant validé. Le 17 août, le compte Brevo n'avait aucun crédit SMS ; Planity, lui, affiche le coût exact d'une campagne avant de la valider. Le chiffrage se fait le mercredi 16 septembre, sur les deux outils, et le budget est arrêté à l'atelier du lundi 21.

ENVOI	FICHES VISÉES	SEGMENTS PAR SMS	PRIX UNITAIRE	TOTAL
SMS de septembre (S1 et S2 sans email)	à relever	2	Planity / Brevo	à calculer
SMS d'octobre et de novembre	à relever	2	Planity / Brevo	à calculer
SMS de décembre	à relever	1 à 2	Planity / Brevo	à calculer
Relance de cycle , par mois	selon les réglages	1 à 2	Planity	à calculer

- **Un SMS se facture par segment.** Un segment tient 160 caractères si le texte n'utilise que le jeu de caractères de base des SMS ; une seule lettre hors de ce jeu (ê, ç, â, une apostrophe typographique) le fait passer à 70 caractères par segment et peut doubler le prix. Les textes de ce document sont écrits pour l'éviter.
- **Le SMS de la Vague 1 tenait sur deux segments**, lien compris, et c'était assumé. Les SMS de campagne restent à deux ; ceux de la relance de cycle visent un seul segment avec un lien court.
- **La mention STOP est obligatoire** et compte dans la longueur.

10 · Les décisions à prendre

- 1 L'offre et ses dates.** Passer de « ta prestation habituelle » à « le soin de ton choix » ; garder la formulation générique « un temps de soin en plus » ou écrire « 10 à 15 minutes de soin en plus » ; valider les dates limites du 10 octobre, du 31 octobre et du 28 novembre, et l'absence d'offre en décembre.
- 2 Les thèmes du mois.** Ceux du § 3, ou ceux que vous deviez nous transmettre après l'atelier du 12 août ; et s'ils s'adressent aussi à vos clientes actives.
- 3 L'autre maison.** Écrire à une cliente de Cils & Beauté pour le Head Spa du Temple, et inversement.
- 4 Le nom et le domaine du site.** Le site et les liens sont construits sur « Beauty by Oko » et beautybyoko.fr ; le kakemono du 6 septembre porte « BY OKO beauté » et byokobeaute.com. Chaque lien de la Vague 2 dépend de ce choix.
- 5 Le budget SMS,** une fois chiffré le 16 septembre : septembre, puis la relance de cycle ; par Planity ou par Brevo.
- 6 Les VIP.** Qui leur écrit, sous quelle forme, et aux trois moments proposés.
- 7 La relance de cycle.** L'activer dans Planity avec les réglages du § 6, et donner les fréquences de visite du Temple pour régler massages et Head Spa.

Livrable préparé par **AXION** · Proposition du 14 septembre 2026, à partir des ateliers du 27 juillet au 7 septembre · Nyon, Suisse