

Gestion du module et des campagnes SMS / E-mailing clients

WKW_EMAILING permet d'installer et configurer le module, de créer des profils réutilisables, de sélectionner les clients, de tester les messages, d'exécuter les campagnes et de suivre les erreurs ou retransmissions.

Fiche : MKT-SMS-COMBINEE-001 **Module :** WKW_EMAILING / SMS / E-mailing

Public : responsables marketing, administrateurs et techniciens

Risque : élevé — envoi externe et données personnelles

Catégorie : Fidélité, cartes, abonnements et campagnes clients **Mise à jour :** 6 août 2026

Réponse directe

Repère de diagnostic : WKW_EMAILING . Ce repère interne ne doit pas être modifié directement. Faites analyser et valider le réglage par un technicien KWISATZ après sauvegarde et relevé de la configuration.

La présence d'un téléphone ou d'une adresse e-mail dans une fiche client n'autorise pas automatiquement la prospection. Une erreur de dossier, de profil ou de sélection peut provoquer un envoi massif réel.

Conseil pour la configuration et les envois

Conseil technicien : toute modification du chemin KWISATZ, du fournisseur, d'une clé API, du SMTP, du profil, des critères, du mode test, de l'automatisation ou d'une tâche planifiée doit être réalisée ou validée avec l'aide d'un technicien KWISATZ. Sauvegardez le répertoire du module et testez sur un dossier et des destinataires de recette.

Sommaire

1. **Licence et disponibilité**
2. **Distinguer KWISATZ des opérations externes**
3. **Principe du module et des campagnes**
4. **Installer et lancer le module**
5. **Sécuriser les essais avec le mode test**
6. **Configurer le chemin KWISATZ**
7. **Configurer le fournisseur SMS**
8. **Configurer l'envoi des e-mails**
9. **Ouvrir le bon dossier clients**
10. **Créer un profil de transmission**
11. **Cibler les clients**
12. **Préparer et contrôler la sélection**
13. **Tester et lancer une campagne SMS**
14. **Tester et lancer une campagne e-mail**
15. **Consulter l'historique et les résultats**
16. **Automatiser une campagne ou un rappel**
17. **Consentement, opposition et données personnelles**
18. **Prérequis**
19. **Utiliser le filtre standard**
20. **Modifier la sélection avant l'envoi**
21. **Suivre les erreurs et retransmettre**
22. **Alternative par export**
23. **Contrôles avant envoi**
24. **Compatibilité et fonctions documentées**
25. **Diagnostic rapide**
26. **Liste de contrôle avant envoi**

27. **Résultat attendu**

28. **Sources documentaires**

1. Licence et disponibilité

La dépendance de licence mentionnée dans ce document provient des sources. Sa disponibilité peut varier selon la version, la sérialisation, le partenaire ou l'installation ; faites-la valider techniquement avant de modifier l'environnement.

Conseil technicien — Vérifiez la disponibilité selon la version, la sérialisation, le partenaire et l'installation. Relevez la licence actuelle et faites valider toute évolution avant déploiement.

2. Distinguer KWISATZ des opérations externes

Un enregistrement dans KWISATZ ne prouve pas automatiquement qu'une opération a été exécutée dans un système externe : débit ou remboursement TPE, mouvement physique d'espèces, envoi de SMS ou d'e-mail, ou action réalisée sur une plateforme.

Conseil technicien — Ne présentez pas une interface comme instantanée si ce comportement n'est pas documenté. Une base métier partagée ne signifie pas nécessairement que les tickets temporaires ou les fichiers locaux sont partagés.

Conseil technicien — Relevez le modèle, le raccordement et les réglages actuels. Testez le périphérique sur une caisse de recette, un changement à la fois, puis faites valider le retour en production.

3. Principe du module et des campagnes

Élément	Rôle
KWISATZ	Fournit le dossier et les fiches clients utilisées pour le ciblage.
WKW_EMAILING.EXE	Gère les profils, la sélection, l'exécution et l'historique des campagnes.
Prestataire SMS	Transmet les SMS et gère le compte, l'API et les crédits ou l'abonnement.
SMTP ou prestataire e-mail	Transmet les e-mails et peut héberger les modèles de newsletters.
Profil de transmission	Regroupe le canal, l'expéditeur, le contenu, les champs de contact et les critères clients.
Campagne	Résultat daté d'une exécution du profil sur une sélection de clients.

Le module pilote les envois, mais le prestataire conserve ses propres règles, tarifs, quotas, modèles et mécanismes de délivrabilité.

4. Installer et lancer le module

Conseil technicien : faites confirmer le répertoire réel, les droits et le raccourci avant toute modification.

1. Exécutez le programme d'installation `setup_WKW_Email.exe`.
2. Choisissez le répertoire proposé ou un répertoire validé par le support.
3. Conservez les composants recommandés par l'assistant.
4. Créez si nécessaire une icône sur le bureau.
5. Lancez le programme installé.

Chemin historique documenté :

`C:\WKW_EMAIL\WKW_EMAILING.EXE`

Lancement	Comportement
Sans paramètre	Mode standard.
-T	Mode test, limité aux destinataires autorisés dans des fichiers TXT.
-TC	Affichage des menus sous forme de mosaïque.

Repère de diagnostic : `WKW_EMAIL` , `WKW_EMAILING` . Ce repère interne ne doit pas être modifié directement. Faites analyser et valider le réglage par un technicien KWISATZ après sauvegarde et relevé de la configuration.

5. Sécuriser les essais avec le mode test

Conseil technicien : utilisez uniquement des coordonnées de recette et contrôlez le nombre de lignes actives.

Le mode test limite les transmissions aux coordonnées placées dans deux fichiers texte du répertoire du module :

Fichier	Contenu
<code>telephone.txt</code>	Un numéro de téléphone autorisé par ligne.
<code>email.txt</code>	Une adresse e-mail autorisée par ligne.

1. Créez les deux fichiers dans le répertoire du module.
2. Ajoutez uniquement les coordonnées des personnes chargées du test.
3. Ajoutez `-T` au raccourci.
4. Ouvrez le dossier KWISATZ.
5. Vérifiez la liste des coordonnées autorisées présentée par le module.
6. Exécutez une campagne pilote.

Le paramètre `-T` et les fichiers `telephone.txt` et `email.txt` limitent les destinataires, mais ne remplacent pas le contrôle du dossier, du profil et des lignes actives.

6. Configurer le chemin KWISATZ

Conseil technicien : sauvegardez le répertoire du module et ne modifiez pas le fichier interne directement.

1. Ouvrez le menu ou le bouton de configuration du module.
2. Renseignez **Chemin KWISATZ**.
3. Vérifiez que le chemin pointe vers l'installation réellement utilisée.
4. Contrôlez les droits de lecture sur les dossiers KWISATZ.
5. Contrôlez les droits de lecture et d'écriture dans le répertoire du module et son dossier DATA.

Le fichier de configuration interne contient les chemins et paramètres du module. Ne le modifiez pas directement ; faites intervenir le support.

7. Configurer le fournisseur SMS

Conseil technicien : masquez les identifiants et clés API et faites confirmer le connecteur compatible.

Les prestataires et connecteurs documentés varient selon les versions. Faites confirmer la compatibilité du fournisseur et de son API avant la production.

Paramètre	Utilisation
Opérateur	Choix du prestataire ou de son connecteur API.
Contrôle du format du téléphone	Vérifie que la coordonnée ressemble à un numéro de portable compatible.
Identifiant, login ou adresse de compte	Identifie le compte ouvert chez le prestataire.
Clé API ou mot de passe API	Authentifie l'application auprès du fournisseur.
Délai de connexion	Durée maximale avant erreur de connexion.
Délai de lecture	Durée maximale d'attente de la réponse API.
Abonnement ou crédits	Mode de facturation dépendant du contrat souscrit.

La liste des prestataires et leurs API peuvent évoluer. Vérifiez auprès du support que le fournisseur choisi est encore compatible avec la version installée.

Ne publiez jamais une clé API, un mot de passe ou un identifiant de compte dans une capture, un ticket de support non sécurisé ou une documentation publique.

8. Configurer l'envoi des e-mails

Conseil technicien : testez le serveur, le port, la sécurité, l'expéditeur et le template.

Mode	Fonctionnement	Usage
Messagerie	Utilise la messagerie par défaut du poste.	Essais ou faibles volumes selon l'environnement.
SMTP	Connexion à un serveur avec adresse, port, SSL, login et mot de passe.	Envoi via un serveur de messagerie autorisé.
Mailjet	Utilise l'API, une clé et un secret ; les modèles peuvent être créés sur la plateforme.	Campagnes et newsletters gérées par un prestataire spécialisé.
Brevo	Utilise l'API ; les modèles sont créés dans le compte du prestataire.	Campagnes, modèles et suivi de délivrabilité.

Les fournisseurs d'accès ou boîtes grand public peuvent limiter les volumes ou classer les envois répétés comme indésirables. Utilisez un prestataire spécialisé pour les campagnes importantes.

Paramètres SMTP

- SSL ou sécurité attendue par le serveur ;
- adresse du serveur SMTP ;
- port ;
- login ;
- mot de passe ;
- délais de connexion et de lecture.

9. Ouvrir le bon dossier clients

Conseil technicien : contrôlez le nom et le code du dossier avant chaque campagne.

1. Utilisez la commande **Ouvrir dossier**.
2. Sélectionnez le dossier KWISATZ contenant les clients à cibler.
3. Validez la sélection.
4. Vérifiez le nom et le code du dossier ouvert.

Le menu principal permet ensuite de :

- gérer les profils de transmission ;
- lancer une nouvelle campagne ;
- consulter les campagnes SMS réalisées ;
- consulter les campagnes e-mail réalisées ;
- gérer les modèles locaux d'e-mail lorsque le mode utilisé le permet.

Vérifiez le dossier actif avant chaque envoi. Deux sociétés ou magasins peuvent contenir des bases clients différentes.

10. Créer un profil de transmission

Conseil technicien : testez séparément le canal, les champs de contact et les critères.

1. Ouvrez la gestion des profils.
2. Cliquez sur la création d'un nouveau profil.
3. Saisissez un nom explicite.
4. Choisissez **E-mail** ou **SMS**.
5. Renseignez le contenu et les coordonnées utilisées.
6. Choisissez les critères de sélection.
7. Prévisualisez le résultat.
8. Enregistrez le profil.

Profil E-mail

- objet du message ;
- adresse de l'expéditeur ;
- champ ou champs e-mail de la fiche client ;
- modèle local pour Messagerie ou SMTP ;
- modèle créé sur Mailjet ou Brevo lorsque l'API correspondante est utilisée.

Profil SMS

- nom de l'expéditeur ;
- texte du SMS ;
- champ ou champs téléphone de la fiche client ;

- critères de sélection des destinataires.

Le nom d'expéditeur SMS peut être soumis aux règles du fournisseur et du réseau. Testez le rendu réel sur plusieurs téléphones.

11. Cibler les clients

Conseil technicien : prévisualisez la cible après chaque modification ; une erreur ET/OU peut élargir la sélection.

Critère documenté	Exemple d'utilisation
Filtre standard	Famille client, ville, code postal ou autre champ disponible.
Mois de naissance	Campagne anniversaire pour les clients nés au mois sélectionné.
Inactivité depuis une date	Relance des clients n'ayant plus acheté depuis la date indiquée.
Rendez-vous	Rappel des clients ayant un rendez-vous à la date calculée depuis le lancement.
Chiffre d'affaires sur une période	Sélection selon un seuil de CA calculé sur les tickets, les factures ou les deux.

Calcul du chiffre d'affaires

Le profil permet de définir :

- la période de calcul ;
- la source : tickets, factures ou tickets et factures ;
- la condition appliquée au chiffre d'affaires ;
- un filtre complémentaire.

La qualité du ciblage dépend directement de la qualité des fiches clients : coordonnées, dates de naissance, familles, rendez-vous et historique d'achat.

12. Préparer et contrôler la sélection

Conseil technicien : contrôlez le nombre total et le nombre de lignes actives.

1. Choisissez **Nouvelle campagne**.
2. Sélectionnez le profil à utiliser.
3. Contrôlez le nombre total de clients à traiter.
4. Contrôlez le nombre de clients actuellement sélectionnés.
5. Consultez le résumé des critères.
6. Filtrez si nécessaire la liste affichée.
7. Désactivez les lignes qui ne doivent pas être traitées.
8. Exportez si nécessaire la sélection vers Excel pour contrôle.
9. Vérifiez que seules les lignes actives seront envoyées.

Lors de la préparation, les lignes peuvent être sélectionnées par défaut. Le contrôle du nombre de destinataires est donc une étape obligatoire.

13. Tester et lancer une campagne SMS

Conseil technicien : vérifiez les crédits, segments, numéros, expéditeur et moyen d'opposition sur un petit échantillon.

1. Donnez un titre à la campagne.
2. Contrôlez le nombre de crédits disponibles.
3. Contrôlez l'expéditeur.
4. Relisez le texte complet.
5. Vérifiez le nombre de SMS nécessaires.
6. Envoyez un test vers un numéro autorisé.
7. Contrôlez l'identité de l'émetteur, les caractères, les liens et le moyen d'opposition.
8. Lancez l'envoi seulement si le test est conforme.
9. Consultez le résultat de la campagne.

Les caractères spéciaux, accents ou messages longs peuvent modifier le nombre de segments SMS facturés. Vérifiez le décompte annoncé par le prestataire.

Prévoyez un moyen simple et gratuit d'opposition conforme au service utilisé, par exemple le mécanisme STOP fourni par l'opérateur lorsque celui-ci est disponible.

14. Tester et lancer une campagne e-mail

Conseil technicien : testez l'objet, l'expéditeur, le rendu mobile, les liens et le désabonnement.

1. Donnez un titre interne à la campagne.
2. Contrôlez l'objet du message.
3. Contrôlez l'adresse et le nom d'expéditeur.
4. Contrôlez le modèle sélectionné.
5. Envoyez un test vers plusieurs messageries de contrôle.
6. Vérifiez le rendu sur ordinateur et téléphone.
7. Testez chaque lien et le mécanisme de désabonnement.
8. Contrôlez l'identité de l'organisation et les mentions nécessaires.
9. Lancez la campagne.
10. Consultez les résultats disponibles dans le module et chez le prestataire.

Pour Mailjet ou Brevo, le modèle est généralement créé sur le site du prestataire, puis sélectionné depuis le profil KWISATZ.

15. Consulter l'historique et les résultats

Conseil technicien : conservez le profil, les critères, le contenu et le résultat de chaque campagne.

Après exécution, la campagne est enregistrée et reste accessible depuis la gestion des campagnes SMS ou la gestion des campagnes E-mail.

Conservez au minimum :

- le titre et la date ;

- le profil utilisé ;
- les critères de sélection ;
- le nombre de clients sélectionnés ;
- le contenu ou l'identifiant du modèle ;
- le résultat de l'envoi ;
- les oppositions ou désabonnements reçus ;
- les anomalies et actions de correction.

Les statistiques détaillées de délivrance, d'ouverture ou de clic dépendent du prestataire et des options de son compte.

16. Automatiser une campagne ou un rappel

Conseil technicien : validez la commande avec -T et empêchez les exécutions simultanées.

Le module documente une exécution automatisée, notamment pour les rappels de rendez-vous.

Paramètre	Rôle
-P[X]	Numéro de poste.
-D[CODE_DOSSIER]	Code du dossier KWISATZ.
-T	Active le mode test.
-A	Demande l'exécution automatique de la campagne.
-F[NOM_PROFIL]	Nom du profil à utiliser.
-I	Réduit le module dans la barre des tâches.

Exemple documenté :

Exemple pédagogique documenté — à adapter au dossier et au profil réels :

```
WKW_EMAILING.EXE -P1 -DDEMO -FRDV -A -I
```

Testez la commande avec `-T` et un profil de démonstration avant de créer une tâche planifiée. Une erreur de dossier ou de profil peut déclencher une campagne réelle.

Une tâche planifiée doit également :

- utiliser un compte Windows disposant des droits nécessaires ;
- journaliser la date, le profil et le résultat ;
- éviter une seconde exécution simultanée ;
- prévenir un responsable en cas d'erreur ;
- être suspendue lors des maintenances du dossier.

17. Consentement, opposition et données personnelles

Conseil données clients : le module ne détermine pas la base légale. Le responsable de traitement doit valider la cible, la preuve du consentement ou l'exception utilisée, le contenu, les oppositions et la durée de conservation.

Pour la prospection électronique adressée à des particuliers, le consentement préalable constitue le principe. Une exception peut concerner les clients existants pour des produits ou services analogues, à condition qu'ils aient été informés et puissent s'opposer simplement et gratuitement lors de la collecte puis à chaque sollicitation.

- ne pas utiliser une case précochée comme preuve de consentement ;
- identifier clairement l'organisation qui envoie le message ;
- permettre une opposition simple et gratuite à chaque sollicitation ;
- tenir compte immédiatement des désabonnements et demandes d'opposition ;
- ne pas transmettre la base à un partenaire sans fondement et information appropriés ;
- limiter l'accès aux fichiers clients et aux exports Excel ;
- définir une durée de conservation adaptée à la finalité ;
- documenter la source du consentement ou l'exception utilisée.

Le module technique ne décide pas de la base légale de la campagne. Le responsable de traitement doit valider le ciblage, le contenu, la preuve du consentement et le traitement des oppositions.

La CNIL publie des durées de référence, notamment trois ans dans plusieurs situations de prospection. La durée exacte doit être adaptée à la finalité, au contexte et aux obligations applicables.

18. Prérequis

- Module additionnel **SMS/Mailing** activé.
- Dossier KWISATZ accessible depuis l'utilitaire.
- Prestataire SMS compatible et compte crédité pour les SMS.
- Messagerie, SMTP, Mailjet ou Brevo configuré pour les e-mails.
- Adresses e-mail et numéros de portable correctement renseignés dans les fiches clients.
- Expéditeur et template validés.
- Droits et base légale de prospection vérifiés.
- Liste d'opposition et demandes de désinscription prises en compte.

Données personnelles : n'utilisez que les coordonnées autorisées pour la finalité de la campagne.
Une donnée présente dans la fiche client n'est pas, à elle seule, une autorisation d'envoi commercial.

19. Utiliser le filtre standard

Conseil technicien : testez les opérateurs ET/OU sur une petite sélection.

1. Choisissez **Critère de sélection basé sur le filtre standard**.
2. Ouvrez l'assistant de filtre.
3. Sélectionnez le champ.
4. Choisissez l'opérateur de comparaison.
5. Saisissez la valeur.
6. Validez le filtre.
7. Prévisualisez les clients obtenus.
8. Ajoutez d'autres conditions si nécessaire.

Vérifiez les opérateurs **ET** et **OU**. Une combinaison incorrecte peut élargir la cible à presque tout le fichier clients.

20. Modifier la sélection avant l'envoi

Conseil technicien : contrôlez les lignes actives après tout filtre ou présélection.

- Appliquez un filtre à la liste.
- Sélectionnez plusieurs lignes avec **Ctrl + clic gauche**.
- Activez les lignes présélectionnées.
- Configurez les colonnes pour afficher les données utiles.
- Exportez la liste vers Excel pour vérification.

Le profil fournit une présélection, mais la liste finale de la campagne peut encore être ajustée avant transmission.

21. Suivre les erreurs et retransmettre

Conseil technicien : corrigez d'abord les coordonnées dans la fiche client, actualisez la campagne, puis retransmettez uniquement les lignes non transmises ou en erreur.

Campagnes SMS

- Retransmettre toute la campagne.
- Retransmettre uniquement les non transmis ou les lignes en erreur.
- Retransmettre les lignes correspondant à un filtre.
- Actualiser les numéros depuis les fiches clients.
- Demander un compte rendu à l'opérateur.
- Actualiser le nombre de crédits disponibles.
- Exporter la liste vers Excel.

Ne retransmettez pas toute la campagne pour corriger quelques erreurs : les destinataires déjà traités pourraient recevoir le message une seconde fois.

Campagnes e-mail

- Retransmettre toute la campagne.
- Retransmettre uniquement les e-mails non transmis ou en erreur.

- Appliquer un filtre avant retransmission.
- Actualiser les adresses depuis les fiches clients.
- Exporter les résultats vers Excel.

Corrigez d'abord l'adresse dans la fiche client, puis utilisez l'actualisation de la campagne avant de relancer les lignes concernées.

22. Alternative par export

Conseil technicien : limitez les champs, protégez le fichier et contrôlez le sous-traitant externe.

Sans module intégré, il est possible d'extraire une sélection vers Excel ou CSV puis de la traiter dans un outil externe.

- Construire la sélection depuis la liste clients ou une statistique.
- Ajouter e-mail, téléphone et critères utiles.
- Contrôler les largeurs afin d'éviter les valeurs tronquées à l'export.
- Nettoyer et dédupliquer les coordonnées.
- Importer uniquement les destinataires autorisés dans l'outil externe.

L'export externe transfère des données personnelles hors de KWISATZ. Limitez les champs, sécurisez le fichier, contrôlez le sous-traitant et supprimez les copies inutiles après traitement.

23. Contrôles avant envoi

Contrôle	SMS	E-mail
Consentement ou situation autorisant l'envoi	Obligatoire à vérifier	Obligatoire à vérifier
Opposition marketing	Exclure	Exclure
Coordonnée valide	Portable au bon format	Adresse correctement saisie
Expéditeur	Nom autorisé par le prestataire	Adresse validée
Contenu	Longueur et segments	Objet, template, liens et affichage
Capacité	Crédits suffisants	Quota et délivrabilité du prestataire
Essai	Petit échantillon conseillé	Test intégré fortement conseillé

24. Compatibilité et fonctions documentées

Conseil technicien : faites confirmer la version, le fournisseur, le connecteur et les options avant une mise à jour.

Fonction	Disponibilité	Condition
Profils SMS et e-mail	Module SMS/Mailing	Module additionnel activé
Filtres, anniversaires, inactivité, rendez-vous et CA	Documentés dans l'assistant	Données clients correctement renseignées
Messagerie et SMTP	Documentés	Template local
Mailjet et Brevo	Documentés	Compte, clé API et template externe ; compatibilité à confirmer sur la version installée.
Rapport et retransmission	Gestion des campagnes	Campagne préalablement exécutée
Automatisation	Paramètres de lancement documentés	Configuration technicien, mode test et tâche planifiée surveillée.

25. Diagnostic rapide

Aucun dossier KWISATZ ne peut être ouvert

Vérifiez le chemin KWISATZ, les droits de lecture et la configuration enregistrée dans le module. Contrôlez également le raccourci utilisé.

Les SMS ne partent pas

Vérifiez l'opérateur, les identifiants API, les délais, le solde de crédits, le format des numéros et le message renvoyé par le prestataire.

Les e-mails ne partent pas en SMTP

Contrôlez le serveur, le port, SSL, le login, le mot de passe, les délais et les règles de sécurité du fournisseur de messagerie.

Le modèle Mailjet ou Brevo n'apparaît pas

Vérifiez la clé API, le compte utilisé et l'existence du modèle sur la plateforme. Actualisez ensuite la liste des modèles dans le profil.

La campagne sélectionne trop de clients

Contrôlez les critères du profil, le filtre complémentaire et les lignes actives. Exportez la liste vers Excel pour vérification avant l'envoi.

Les clients anniversaires ne sont pas trouvés

Vérifiez les dates de naissance, le mois sélectionné et les champs réellement utilisés. Contrôlez le résultat de la prévisualisation du profil.

Le calcul du chiffre d'affaires semble incorrect

Vérifiez la période et la source choisie : tickets, factures ou tickets et factures. Comparez la sélection avec une statistique KWISATZ sur la même période.

Erreur d'index ou données de campagne manquantes

Fermez le module, sauvegardez son répertoire de données et contactez le support. Ne supprimez pas isolément un fichier ou une table interne.

Une campagne automatique est partie deux fois

Désactivez la tâche planifiée, contrôlez les déclencheurs, les instances ouvertes et l'historique. N'effectuez pas de nouvel envoi avant d'identifier les destinataires déjà traités.

Aucun client n'apparaît dans la sélection

Contrôlez le filtre, les dates, la source du chiffre d'affaires et la présence des coordonnées dans les champs choisis.

Trop de clients sont sélectionnés

Vérifiez les opérateurs ET/OU et les lignes actives. Toutes les lignes sont activées par défaut lors de la préparation.

Le nombre de crédits paraît trop élevé

Vérifiez la longueur du message, les caractères spéciaux et le nombre de segments facturés par destinataire.

Le template Mailjet ou Brevo n'apparaît pas

Vérifiez qu'il est créé et publié chez le prestataire, puis contrôlez la clé API et actualisez la liste.

Les e-mails sont classés comme indésirables

Contrôlez l'expéditeur, le domaine, le contenu et la configuration du prestataire. Évitez les envois massifs via une boîte grand public.

Une adresse ou un numéro a été corrigé après l'envoi

Corrigez la fiche client, actualisez les coordonnées dans la gestion de campagne puis relancez uniquement les non transmis ou les lignes filtrées.

Des clients désinscrits réapparaissent

Contrôlez le champ ou la procédure d'opposition, les imports et les profils. Une campagne ne doit pas réactiver automatiquement une personne opposée.

Des destinataires reçoivent le message deux fois

Recherchez les fiches ou coordonnées en double et vérifiez qu'une retransmission complète n'a pas été lancée. Relancez seulement les lignes non transmises.

26. Liste de contrôle avant envoi

- Le bon dossier KWISATZ est ouvert.
- Le profil et le canal sont corrects.
- Le consentement ou l'exception applicable a été vérifié.
- Les oppositions et désabonnements sont exclus.
- Le nombre de destinataires est cohérent.
- Le filtre et les lignes actives ont été contrôlés.
- L'expéditeur est identifiable.

- Le texte, l'objet et le modèle sont validés.
- Un moyen simple de désabonnement est présent.
- Le test a été reçu sur téléphone et e-mail.
- Les liens fonctionnent.
- Les crédits SMS sont suffisants.
- Le suivi de la campagne est prévu.

27. Résultat attendu

La campagne est envoyée uniquement aux clients autorisés et sélectionnés, le message est correctement présenté, le prestataire retourne un résultat exploitable et les désabonnements peuvent être enregistrés et respectés.

28. Sources documentaires

- Tutoriel KWISATZ — Configuration et utilisation du module SMS/Emailing.
- Base support KWISATZ — prestataires SMS, Mailjet, ciblage marketing et campagnes automatisées.
- Base support KWISATZ — diagnostic des tables moteur de données du module WKW_EMAILING.
- CNIL — prospection commerciale par courrier électronique et SMS, mise à jour du 10 juin 2026.
- CNIL — référentiel relatif aux traitements de données de gestion des activités commerciales.

Documentation KWISATZ. Catégorie : Marketing / SMS et e-mailing clients. Cette fiche combinée a été mise à jour au 5 août 2026. Vérifiez le dossier, le profil, la cible, les oppositions et le test avant tout envoi. Toute modification technique ou automatisation doit être réalisée ou validée avec l'aide d'un technicien KWISATZ.

Catégorie : Fidélité, cartes, abonnements et campagnes clients · Mise à jour : 6 août 2026.