postmetry

E

Ce que contient la newsletter de

Europcar

Expéditeur	fr@fr.europcar-infos.com
Routeur	Salesforce Marketing Cloud
Secteur	Auto & services
Envois lus	3 campagnes, 1 transactionnel
Période	Octobre 2026

Note d'ensemble

A 95/100 | B | C | D | E | F

Le constat principal

Tableaux de mise en page imbriqués au-delà du seuil mesuré sur 3 campagnes.

C'est le premier des 3 points à corriger. La note la plus haute est conformité (100/100), la plus basse technique (72/100), mieux que 39 % des 503 marques mesurées.

Marketing
3 campagnes

Octobre 2026 · calculé le 24 octobre

Conformité

100 /100

mieux que 100 % des 503 marques mesurées

Délivrabilité

100 /100

mieux que 45 % des 503 marques mesurées

Technique

72 /100

mieux que 39 % des 503 marques mesurées

Expérience

95 /100

mieux que 99 % des 503 marques mesurées

3 points à corriger

Chaque ligne mène au critère dans sa famille, avec l'extrait qui l'établit et la façon de corriger.

Prioritaire

Tableaux de mise en page imbriqués au-delà du seuil

Critère « Gabarit peu imbriqué » · Technique · mesuré sur 3 campagnes

−20 pts
sur 20 en Technique

Aplatissez le gabarit : un bloc de contenu par tableau, posé directement dans la colonne principale, sans tableau d'enveloppe autour de chaque section.

À examiner

Le message pose des obstacles aux aides techniques

Critère « Le message reste lisible avec une aide technique » · Expérience · mesuré sur 3 campagnes

−10 pts
sur 20 en Expérience

Quatre corrections, toutes dans le gabarit : déclarer la langue du message sur la balise <html> (lang="fr" pour un envoi en français), décrire chaque image de contenu dans son attribut alt, annoncer les tableaux de mise en page avec role="presentation", et écrire des liens qui disent où ils mènent plutôt que « cliquez ici ».

Secondaire

Balises non fermées ou fermées sans ouverture

Critère « HTML bien formé » · Technique · mesuré sur 3 campagnes

−3,8 pts
sur 15 en Technique

Les erreurs de forme (balises non fermées, attributs en double, imbrication table/div invalide) viennent des blocs collés entre éditeurs ou des modifications à la main dans le code.

21 critères tenus, dont « Aucun pixel de suivi d'ouverture » et « Signature DKIM validée ». Ils sont listés dans leur famille, ci-dessous.

Chaque envoi, à son heure d'arrivée

Un point par message reçu sur notre abonnement depuis octobre. Touchez un point pour l'ouvrir ; les flèches passent d'un envoi à l'autre.

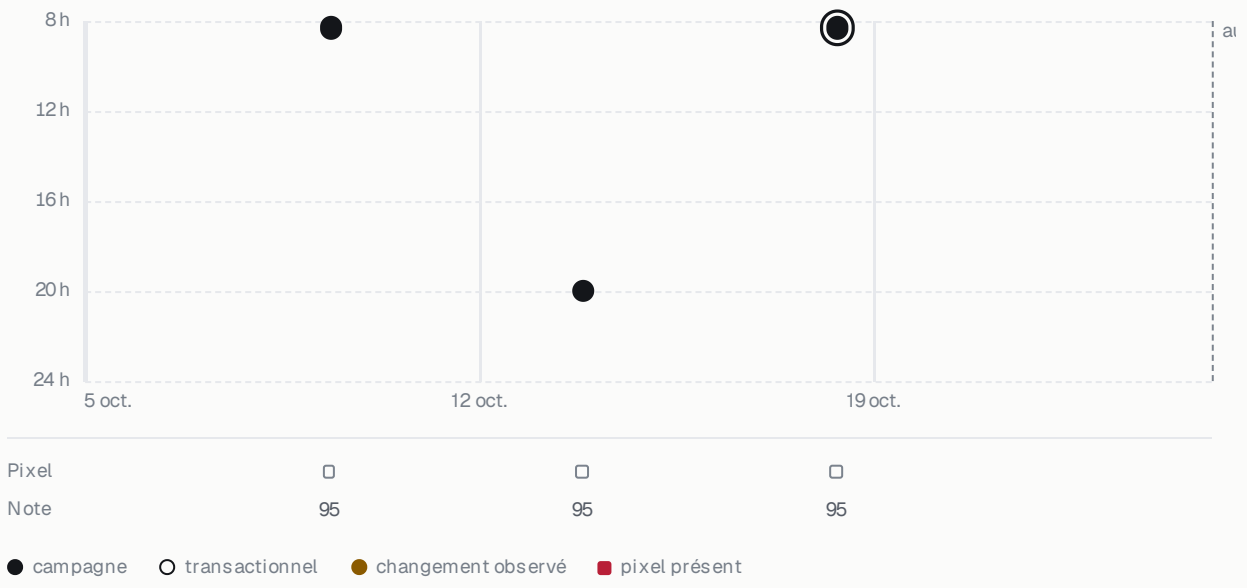
Lecture technique de l'envoi du 18 octobre 2026 →

3
campagnes en 1 semaine
environ 3 par semaine, en octobre

Pas de jour fixe
jour d'envoi
le mardi en tête, 1 des 3 campagnes

8 h
heure d'envoi favorite
67 % des campagnes arrivent entre 8 h et 9 h

18 oct.
dernier envoi reçu
« Claire votre prochaine aventure commence ici ! »



Campagne 3 sur 3

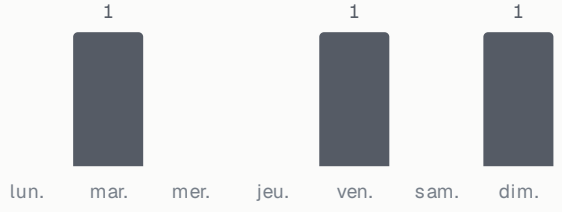
dimanche 18 oct., 8 h 16

Claire votre prochaine aventure commence ici !

Type	Campagne marketing
Note	95 / 100
Pixel	Aucun

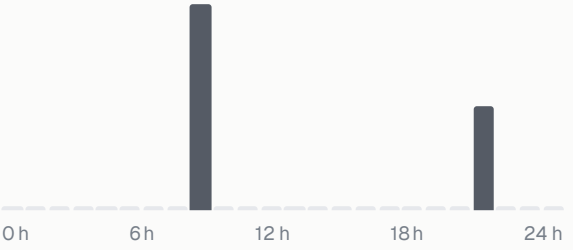
Le jour d'envoi

Touchez une barre pour retrouver ses envois dans la frise.



L'heure d'arrivée

Heure par heure, sur les 3 campagnes.



Aucun changement observé depuis octobre

Chaque campagne est comparée à la précédente, critère par critère.

Le détail des critères

Les 24 critères + 1 bonus

21 tenus · **2** tenus en partie · **1** non tenus · **0** non observables

100
sur 100

Conformité

Ces vérifications portent sur ce que l'envoi impose au destinataire et sur ce qu'il lui laisse : mesure de son comportement, moyens de partir, traçage de son opposition.

Pixels de suivi : la règle CNIL Méthode, famille Conformité

mieux que 100 % des 503 marques mesurées

Le calcul · 100 pts sur 100 6 tenus

30	15	20	15	10	10

Poids de chaque critère dans la note.

Aucun pixel de suivi d'ouverture — Tenu — 30 pts

Aucun pixel de suivi d'ouverture sur 3 campagnes

30 points sur 30 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand aucun pixel de suivi n'est présent. Un seul pixel suffit à faire échouer le critère sur un envoi.

CNIL 14/04/2026 · LIL art.82 · PM-PRIV-001 · La règle de détection

Se désinscrire est possible et annoncé — Tenu — 15 pts

Se désinscrire est annoncé, en en-tête comme dans le corps sur 3 campagnes

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Tenu quand le message annonce la désinscription dans ses en-têtes, par une page plutôt qu'un courriel à rédiger, et dans son corps. Le détail dit laquelle des deux manque. Non applicable sur un transactionnel.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 2

- Désinscription annoncée en en-tête, par une page sur 3 campagnes Tenu
- Lien de désinscription dans le corps sur 3 campagnes Tenu

RFC 2369 · PM-PRIV-002

RFC 2369 — The Use of URLs as Meta-Syntax for Core Mail List Commands (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc2369)

Le destinataire garde la main sur le suivi — Tenu — 20 pts

Le destinataire garde la main sur le suivi sur 3 campagnes

20 points sur 20 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Deux mesures : le lien de désinscription passe-t-il par un traceur, et un chemin distinct mène-t-il à un centre de préférences ou au refus du suivi ? Aucune des deux n'établit qu'un refus aboutisse — le vérifier demanderait de suivre le lien, ce qui enregistrerait un clic côté routeur. Elles décrivent la main laissée au destinataire, pas le résultat qu'il obtiendrait.

Ce qui a été mesuré — 1 tenue sur 1

- Lien de désinscription non tracé sur 3 campagnes Tenu
- Un chemin distinct mène à un centre de préférences ou au refus du suivi Non applicable

CNIL 14/04/2026 · Postmetry · PM-PRIV-003

Le message dit qui écrit et selon quelles règles — Tenu — 15 pts

Le message dit qui écrit et selon quelles règles sur 3 campagnes

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Un envoi commercial doit permettre d'identifier l'annonceur (CPCE, article L. 34-5), et le destinataire de savoir qui traite ses données. Cet indicateur regroupe ce qu'un message peut en montrer.

Ce qui a été mesuré — 3 tenues sur 3

- Le message nomme son expéditeur sur 3 campagnes — Tenu
- Une réponse au message est possible sur 3 campagnes — Tenu
- Un lien mène à la politique de confidentialité sur 3 campagnes — Tenu

CPCE L. 34-5 · directive 2000/31 art. 6 · CAN-SPAM · PM-PRIV-004

Un chemin non tracé mène au site — Tenu — 10 pts

Un chemin non tracé mène au site sur 3 campagnes

10 points sur 10 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand au moins un lien du message mène au site de la marque sans passer par un compteur de clics.

Postmetry · PM-PRIV-005

Aucun identifiant du destinataire dans le message — Tenu — 10 pts

Aucun identifiant du destinataire dans le message sur 3 campagnes

10 points sur 10 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand l'adresse du destinataire n'apparaît — ni en clair, ni encodée, ni hachée — dans aucune URL ni aucun en-tête propriétaire. Les en-têtes d'adressage ne comptent pas : ils la portent par construction.

Postmetry · RGPD art. 4 en repère · PM-PRIV-020

Délivrabilité

100
sur 100

Ces vérifications lisent le verdict d'authentification posé par notre serveur au moment où le message est arrivé. Ce verdict est daté par construction : nous ne le recalculons jamais, ce qui interrogerait le DNS d'aujourd'hui plutôt que celui du jour de l'envoi.

Exigences de Gmail pour les expéditeurs ↗ (https://support.google.com/a/answer/81126)
Exigences de Yahoo ↗ (https://senders.yahooinc.com/best-practices/) Méthode, famille Délivrabilité

mieux que 45 % des 503 marques mesurées

Le calcul · 85 pts sur 85, ramenés à 100 — 6 tenus

20	20	15	10	15	5

Poids de chaque critère dans la note.

Signature DKIM validée — Tenu — 20 pts

Signature DKIM valide sur 3 campagnes

20 points sur 20 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand notre serveur de réception a validé la signature DKIM de l'envoi.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001

RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)

RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

Alignement DMARC validé — Tenu — 20 pts

Alignement DMARC vérifié sur 3 campagnes

20 points sur 20 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand le domaine affiché dans l'expéditeur correspond à celui qui a authentifié le message.

RFC 9989 · PM-DELIV-002

RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

Politique DMARC qui contribue à écarter certaines usurpations — Tenu — 15 pts

Politique DMARC active sur 3 campagnes

15 points sur 15 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand la politique publiée est « reject » ou « quarantine ». Une politique « none » n'attend rien des messageries : elle est publiée sans effet sur les messages qui usurpent le domaine.

RFC 9989 §4.7 · PM-DELIV-003 · RFC 9989 — section 4.7, balise « p » (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

Aucun échec SPF — Tenu — 10 pts

Aucun échec SPF sur 3 campagnes

10 points sur 10 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand SPF n'est pas en échec. Un SPF « none » accompagné d'un DKIM et d'un DMARC valides est une configuration courante et légitime : elle n'est pas pénalisée.

RFC 7208 · PM-DELIV-004

RFC 7208 — Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208)

Désinscription en un clic, au sens de la RFC 8058 — Tenu — 15 pts

Désinscription en un clic au sens de la RFC 8058 sur 3 campagnes

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Tenu quand l'en-tête « List-Unsubscribe » porte une adresse https et que « List-Unsubscribe-Post » vaut exactement « List-Unsubscribe=One-Click ». C'est ce que Gmail et Yahoo demandent aux expéditeurs en nombre : le bouton de la messagerie agit alors sans ouvrir de page. Non applicable sur un transactionnel.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 2

- L'en-tête de désinscription porte une adresse https sur 3 campagnes — Tenu
- Désinscription en un clic annoncée sur 3 campagnes — Tenu

RFC 8058 · Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Signature DKIM qui couvre l'essentiel — Tenu — 5 pts

La signature DKIM couvre l'essentiel du message sur 3 campagnes

5 points sur 5 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Ce que la signature couvre, pas seulement qu'elle passe : un algorithme admis par la RFC 8301, le corps signé en entier, les en-têtes From, Subject, Date et List-Unsubscribe signés, une signature non expirée à la réception. Non applicable sans signature DKIM.

Ce qui a été mesuré — 3 tenues sur 3

- Algorithme de signature admis sur 3 campagnes — Tenu
- Corps signé en entier sur 3 campagnes — Tenu
- En-têtes essentiels signés sur 3 campagnes — Tenu
- Signature valide à la réception — Non applicable

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

Technique

72
sur 100

Ces vérifications portent sur ce que les clients de messagerie font réellement du message : troncature, blocs de style retirés, ressources jamais chargées. Chaque seuil dit d'où il vient : le comportement documenté d'un client de messagerie, une spécification, ou notre propre méthode.

Prise en charge par client (caniemail) ↗ (https://www.caniemail.com/) Méthode, famille Technique

mieux que 39 % des 503 marques mesurées

Le calcul · 61 pts sur 85, ramenés à 100 — 4 tenus · 1 tenu en partie · 1 non tenu

25	20	15	10	10	5

Poids de chaque critère dans la note.

HTML sous le seuil de troncature de Gmail — Tenu — 25 pts

HTML sous le seuil de troncature Gmail sur 3 campagnes

25 points sur 25 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand la partie HTML reste sous 102 Ko. Au-delà, Gmail coupe la fin du message — et la fin, c'est la désinscription et les mentions.

Gmail · PM-TECH-001

Gabarit peu imbriqué — Non tenu — 0/20 pts

Tableaux de mise en page imbriqués au-delà du seuil sur les 3 campagnes concernées (0 des 1 mesures tenues)

0 points sur 20 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Comment corriger

Aplatissez le gabarit : un bloc de contenu par tableau, posé directement dans la colonne principale, sans tableau d'enveloppe autour de chaque section.

Dans un éditeur par blocs, l'imbrication vient le plus souvent d'une section placée dans une autre, ou d'une colonne dans une colonne. Elle se corrige une fois, dans le modèle, et non campagne par campagne.

La lecture technique de l'envoi donne l'imbrication mesurée et son seuil : c'est elle qui dit quand la correction a pris.

Tenu quand les tableaux de mise en page ne s'imbriquent pas sur plus de 6 niveaux. Au-delà, le moteur de Word que partagent les Outlook de bureau et les clients qui divergent rendent le gabarit chacun à sa façon.

Ce qui a été mesuré — 0 tenues sur 1

- Tableaux de mise en page imbriqués au-delà du seuil sur les 3 campagnes concernées Non tenu

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formé

Tenu en partie

11,2/15 pts

Balises non fermées ou fermées sans ouverture sur les 3 campagnes concernées (3 des 4 mesures tenues)

11,2 points sur 15 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Comment corriger

Les erreurs de forme (balises non fermées, attributs en double, imbrication table/div invalide) viennent des blocs collés entre éditeurs ou des modifications à la main dans le code. Passer le HTML dans un validateur avant envoi, et corriger à la source dans le gabarit plutôt que dans chaque campagne.

Un HTML mal formé se rend différemment selon le client de messagerie, et c'est la cause la plus courante d'un affichage cassé sur Outlook ou sur mobile.

Un doctype, un jeu de caractères déclaré dans le document, des balises équilibrées et des identifiants uniques. Chaque client répare à sa façon un balisage incomplet, et c'est ce qui rend le rendu imprévisible. Les fermetures que le HTML rend facultatives ne comptent pas.

Ce qui a été mesuré — 3 tenues sur 4

- Doctype déclaré sur 3 campagnes Tenu
- Jeu de caractères déclaré dans le HTML sur 3 campagnes Tenu
- Balises non fermées ou fermées sans ouverture sur les 3 campagnes concernées Non tenu
- Identifiants uniques sur 3 campagnes Tenu

WHATWG · PM-TECH-030

Chaque lien mène quelque part

Tenu

10 pts

Chaque lien mène quelque part sur 3 campagnes

10 points sur 10 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand aucun lien n'est vide, réduit à « # » ou écrit en « javascript: ». Un tel lien ne mène nulle part, et la plupart des clients le neutralisent. Non applicable si le message ne contient aucun lien.

Postmetry · PM-TECH-031

Aucune feuille de style distante — Tenu

10 pts

Aucune feuille de style distante sur 3 campagnes

10 points sur 10 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand le message n'appelle aucune feuille de style externe, par « link » ou par « @import ». Plusieurs clients ne les chargent jamais. Une feuille de polices ne compte pas : sans elle, le texte prend la police de secours.

caniemail · PM-TECH-020 · <link> dans un email — prise en charge par client (https://www.caniemail.com/features/html-link/)

Le message respecte la forme d'un courriel — Tenu

5 pts

Le message respecte la forme d'un courriel sur 3 campagnes

5 points sur 5 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Lignes de 998 octets au plus, Message-ID et Date lisibles, jeu de caractères annoncé sur chaque partie texte, encodage de transfert cohérent avec le contenu (RFC 5322, RFC 2045). La plupart des serveurs tolèrent ces écarts, chacun à sa façon.

Ce qui a été mesuré — 5 tenues sur 5

- Lignes de 998 octets au plus sur 3 campagnes — Tenu
- Message-ID bien formé sur 3 campagnes — Tenu
- Date lisible sur 3 campagnes — Tenu
- Jeu de caractères annoncé sur chaque partie texte sur 3 campagnes — Tenu
- Encodage de transfert cohérent sur 3 campagnes — Tenu

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

Expérience

95
sur 100

Quatre questions sur ce que devient le message une fois reçu : reste-t-il compréhensible, le destinataire peut-il encore agir, un client peut-il le restituer, un écran l'afficher. La détection automatique ne couvre que ce qui est déclaré dans le message.

WCAG 2.2 ↗ (https://www.w3.org/TR/WCAG22/) Méthode, famille Expérience

mieux que 99 % des 503 marques mesurées

Le calcul · 95 pts sur 100

5 tenus · 1 tenu en partie · 1 bonus

25	15	15	10	20	15

Poids de chaque critère dans la note.

Le message se comprend sans ses images, dès la boîte de réception — Tenu

25 pts

Le message se lit sans ses images et s'annonce dans la boîte de réception sur 3 campagnes

25 points sur 25 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Tenu quand le message garde au moins 200 caractères lisibles images bloquées, et qu'un pré-en-tête de 40 à 130 caractères l'annonce dans la liste des messages. Sans pré-en-tête, la boîte affiche à sa place le premier texte du corps — souvent « Afficher dans le navigateur ».

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 2

- Au moins 200 caractères restent lisibles images bloquées sur 3 campagnes Tenu
- Pré-en-tête de 40 à 130 caractères sur 3 campagnes Tenu

Postmetry · PM-EXP-001

Le message reste restituable hors du HTML Tenu

15 pts

Une version texte restitue le message sur 3 campagnes

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Tenu quand une version texte accompagne l'envoi et qu'elle en reprend l'essentiel : au moins 60 % de son texte et 80 % de ses liens. Un client qui n'affiche pas le HTML retombe sur elle ; réduite à « affichez la version web », elle ne restitue rien.

Ce qui a été mesuré — 3 tenues sur 3

- Une version texte seul accompagne le message sur 3 campagnes Tenu
- La version texte reprend au moins 60 % du texte sur 3 campagnes Tenu
- La version texte reprend au moins 80 % des liens sur 3 campagnes Tenu

Postmetry · PM-EXP-002

Tous les liens restent visibles images bloquées Tenu

15 pts

Tous les liens restent visibles images bloquées sur 3 campagnes

15 points sur 15 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand aucun lien n'est porté par une seule image dépourvue de texte de remplacement : un tel lien ne laisse rien à l'écran. Non applicable si le message ne contient aucun lien.

Postmetry · PM-EXP-003

Zones cliquables assez grandes Tenu

10 pts

Zones cliquables de taille suffisante sur 3 campagnes

10 points sur 10 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Tenu quand aucune zone cliquable dimensionnée ne descend sous 24 px de côté (WCAG 2.2, critère 2.5.8). Seules les zones dont une dimension est déclarée sont mesurées ; les exceptions du critère — cible dans une ligne de texte, espacement suffisant — ne le sont pas. Non applicable si le message ne déclare aucune dimension.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 — Target Size (Minimum), critère 2.5.8, niveau AA (https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum)

Le message reste lisible avec une aide technique Tenu en partie

10/20 pts

Le message pose des obstacles aux aides techniques — 2 des 4 mesures tenues

10 points sur 20 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Comment corriger

Quatre corrections, toutes dans le gabarit : déclarer la langue du message sur la balise `<html>` (`lang="fr"` pour un envoi en français), décrire chaque image de contenu dans son attribut `alt`, annoncer les tableaux de mise en page avec `role="presentation"`, et écrire des liens qui disent où ils mènent plutôt que « cliquez ici ».

Le détail du critère dit lesquelles manquent sur vos envois ; les autres sont déjà tenues.

Une image décorative — filet, espaceur — garde un `alt=""` vide : c'est ce qui la fait taire, pas un oubli.

Langue déclarée, images de contenu décrites, tableaux de mise en page signalés comme tels, intitulés de liens qui disent où ils mènent : ce dont un lecteur d'écran a besoin pour restituer le message. Le détail dit laquelle de ces mesures manque.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 4

- Langue du message déclarée sur 3 campagnes Tenu
- Des images de contenu ne sont pas décrites sur les 3 campagnes concernées Non tenu
- Tableaux de mise en page signalés comme tels sur 3 campagnes Tenu
- Des liens ne disent pas où ils mènent sur les 3 campagnes concernées Non tenu

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005
HTML Standard — The lang and xml:lang attributes (https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes)
HTML Standard — Requirements for providing text to act as an alternative for images (https://html.spec.whatwg.org/multipage/images.html#alt)

Le message déclare son adaptation aux écrans

Tenu

15 pts

Le message déclare son adaptation aux écrans sur 3 campagnes

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 3 campagnes.

Tenu quand le message déclare sa zone d'affichage et son adaptation à la largeur d'écran. Sans elles, il s'affiche sur téléphone à sa largeur d'origine, et se lit en zoomant et en faisant défiler de côté.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 2

- Zone d'affichage déclarée sur 3 campagnes Tenu
- Adaptation à la largeur d'écran déclarée sur 3 campagnes Tenu

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — la balise viewport (https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/)
Media Queries Level 4 (https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/)

Thème sombre déclaré

Point bonus acquis

+5 pts

Le message déclare son adaptation au thème sombre sur 3 campagnes

5 points sur 5 — tenu sur 3 des 3 campagnes concernées.

Acquis quand le message déclare `color-scheme` ou une règle `prefers-color-scheme`. Aucune norme ne l'exige — les clients qui forcent le thème sombre inversent eux-mêmes les couleurs — mais le déclarer laisse la main au gabarit plutôt qu'au client de messagerie.

caniemail · PM-EXP-027

Notes de lecture

Comment lire cette page

01 **Un critère non observable ou non applicable sort du calcul.** Il reste listé, jamais compté zéro : son poids quitte le dénominateur plutôt que de peser comme un échec.

02 Chaque ligne décrit un **constat observable**, avec l'extrait qui l'établit. Aucune qualification juridique n'y est portée.

03 Les mesures viennent d'**analyseurs déterministes** : le même message donne toujours le même résultat, et un constat contesté se refait à l'identique depuis l'archive.

04 Toute part est publiée **sur base observée**, et la nomme : « 26 des 30 marques analysées ». Une marque dont aucun envoi n'a été reçu n'entre dans aucun dénominateur.

05 La **délivrabilité est empruntée** : son verdict vient du serveur qui a reçu le message. Toutes les autres familles sortent de nos analyseurs.

Cette analyse vous parle ?

Parcourons-la ensemble, en 20 minutes.

Nous reprenons les 3 points avec vous, la preuve de chacun et l'ordre dans lequel les corriger. En visio, sans engagement.

Choisir un créneau : https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min (https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min)

Recevoir les changements de Europcar

Un email quand un critère change d'état, rien d'autre.

Vous travaillez chez Europcar ?

Revendiquer la marque : transactionnels, alertes, preuve datée.

La version Pro

Historique complet, avant et après, alertes.

Ce rapport se consulte aussi en ligne, avec l'aperçu de chaque envoi :
https://postmetry.com/fr/marque/europcar/