



Communiqué de presse

Acxiom propose aux annonceurs la collecte d'emails optin cœur de cible en temps réel, via son réseau de partenaires affiliés

Paris, le 22 décembre 2008 – Afin d'aider les annonceurs à optimiser leurs stratégies d'acquisition et de fidélisation, Acxiom, expert en connaissance client et ciblage marketing, propose la Collecte Cœur de Cible et Dynamic Email Appending.

Ces deux solutions permettent respectivement de collecter les emails optin de prospects et clients exclusivement cœur de cible en s'appuyant sur un réseau unique de sites partenaires.

Objectif : améliorer les taux de retours des campagnes marketing et in fine leur ROI.

L'internaute au cœur des stratégies de ciblage online

Trop souvent submergés d'emails et de bannières publicitaires qui ne les concernent pas, les internautes se montrent insatisfaits par ce qui leur est proposé. C'est la raison pour laquelle il est impératif pour les annonceurs de repositionner les consommateurs au centre de leurs stratégies online. La pertinence du ciblage est donc aujourd'hui le gage de l'amélioration de la qualité de la relation client, car l'internaute reçoit le message ou l'offre la plus adaptée à ses besoins et à ses attentes. Ainsi pour un annonceur, la question principale à se poser n'est plus « quel produit mettre en avant ? » mais plutôt « quel est le profil de l'internaute qui correspond à mon produit ? ».

Le socle de toute stratégie marketing performante est donc la collecte de données optin – donc en accord avec les internautes, qualifiées et pertinentes.

Deux solutions pour améliorer la collecte d'adresses emails optin de ses clients et prospects

Selon les solutions de collecte de données choisies par les annonceurs, **Acxiom constate un taux de déperdition compris entre 50% et 70%, un grand nombre d'adresses**

emails ne correspondant pas au cœur de cible de ces mêmes annonceurs. Les jeux et concours online étant les solutions de recrutement les plus fréquemment utilisées, ce sont aussi celles qui génèrent le plus de déperdition.

Par le biais d'un réseau unique de partenaires qui adressent près de **80% des internautes français**, Acxiom propose aux annonceurs la mise en œuvre de stratégies de collecte d'adresses emails efficaces : les adresses recueillies sont utiles à 100%, puisque seul le cœur de cible prospects et clients est recruté.

eponta • **La solution Collecte Cœur de Cible permet aux annonceurs de recruter les emails optin de leurs prospects à forte valeur.**

Lorsqu'un contact s'inscrit à la newsletter d'un des partenaires d'Acxiom, ses coordonnées sont confrontées aux référentiels d'Acxiom en temps réel et un code Personix lui est affecté. Si le profil de l'internaute ainsi qualifié correspond au cœur de cible de l'annonceur, une proposition d'« optin-isation » lui est présentée pour obtenir son accord en vue d'une utilisation future de son email par l'annonceur.

Grâce à cette solution, seules les adresses de prospects utiles sont collectées :

eponta > En se concentrant uniquement sur ce cœur de cible, **les annonceurs réduisent ainsi leurs coûts d'acquisition d'adresse optin et améliorent l'efficacité des campagnes de collecte ;**

eponta > En se focalisant uniquement sur les cibles utiles, **le taux de transformation augmente et contribue in fine à l'amélioration du ROI des campagnes marketing.**

eponta • **La solution Dynamic Email Appending propose aux annonceurs la maîtrise de l'enrichissement de leurs bases clients en emails optin.**

Dès qu'un internaute, client d'un annonceur, se connecte sur l'un des sites partenaires d'Acxiom et saisit ses coordonnées, un formulaire adéquat lui est proposé pour collecter son optin. Cette solution permet donc à tout annonceur **de maîtriser sa stratégie d'enrichissement et de qualification de sa base clients**, en s'assurant de ne pas collecter plusieurs fois la même adresse email.

De véritables bénéfices pour le réseau de sites affiliés, partenaires d'Acxiom

Au-delà de ces bénéfices incontestables pour les annonceurs, l'accès, via Acxiom, à un grand nombre de plateformes d'affiliation collectant chaque année des millions d'adresses emails, leur permet de disposer d'une importante volumétrie d'adresses cœur de cible.

Pour les réseaux d'affiliés, les bénéfices du partenariat avec Acxiom sont multiples :

eponta > La qualité du ciblage leur permet **d'optimiser leur inventaire publicitaire** à savoir le nombre d'emplacements publicitaires disponibles à la vente sur le site d'un éditeur. Ainsi, **plus les offres sont en phase avec le profil de l'internaute, plus il est possible d'en réduire le nombre et donc le coût**, car le message, adapté au profil de la cible, est pertinent.

eponta > La focalisation sur les adresses cœur de cible permet aux sites affiliés de valoriser la collecte des données ; celles-ci correspondent en effet uniquement à des « cibles utiles », garanties d'un taux de transformation élevé pour l'annonceur.

eponta > De par cette capacité **à générer de l'efficacité, les réseaux d'affiliés s'assurent du développement et de la consolidation de leur business avec les annonceurs**, menant à des investissements plus importants côté annonceur.

« Grâce à nos deux solutions Collecte Cœur de Cible et Dynamic Email Appending, nous nous adressons à la fois aux internautes, aux annonceurs et à nos partenaires affiliés, en proposant une collaboration pertinente pour tous », explique **Frédéric Grelier**,

Directeur du Développement Produit Online d'Acxiom. « *Notre objectif : proposer à nos clients la couverture la plus exhaustive de leur population cible pour adresser le bon message à la bonne cible, au bon moment* », conclut-il.

A propos d'Acxiom :

Acxiom France (100 collaborateurs), filiale d'Acxiom® Corporation (NASDAQ : ACXM), conçoit et met en œuvre des solutions opérationnelles pour optimiser les campagnes marketing Online et Offline de ses clients quel que soit leur secteur d'activité.

Grâce à son expertise sur le ciblage comportemental des consommateurs, Acxiom place la connaissance client au cœur des stratégies et réconcilie ainsi marketing stratégique et marketing opérationnel.

De la collecte des données à leur exploitation, Acxiom rend l'information intelligente et accompagne les entreprises dans cette démarche grâce à une gamme de solutions complètes et pointues telles que :

- eponta• RTCR (Real Time Customer Recognition), technologie fondée sur la reconnaissance et la qualification client/prospect en temps réel, qui se décline en 5 solutions : Real Time Recommendation, Vision client 360°, Suggest Address, Collecte Cœur de Cible, Dynamic Email Appending;
- eponta• La Base de Prospection Online, base dédiée, qualifiée et segmentée de 7 millions d'adresses e-mails qui permet aux entreprises d'entreprendre une prospection multi-canal optimisée en intégrant également adresses postales et numéros de téléphone ;
- eponta• La mégabase Offline de 6 millions de foyers français qualifiés sur plus de 600 critères ;
- eponta• PersonixX®, la première segmentation descriptive et explicative du comportement de consommation des foyers français.

Plus d'informations : www.acxiom.fr