

Dolist annonce la sortie de sa nouvelle plateforme 'Dolist-EMT' dédiée aux e-mails transactionnels

Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, présente en avant première sa nouvelle plateforme 'Dolist-EMT' lors de Stratégie Clients, le salon de la Relation Client, du 16 au 18 mars 2010, stand F11 à Paris Porte de Versailles.

Bordeaux, le 11 mars 2010 - Dolist propose une nouvelle plateforme en mode SaaS spécialement dédiée aux e-mails transactionnels. Fort de ce nouvel outil riche en plus-value, Dolist offre la possibilité aux annonceurs de saisir les opportunités marketing des messages de service et d'optimiser leur relation client.

La nouvelle plateforme 'Dolist-EMT' au service de la qualité de la relation client

Destinée principalement aux entreprises d'e-commerce et de vente à distance, cette nouvelle solution disponible 24h/24 et 7j/7 va permettre aux marketeurs d'envoyer automatiquement des messages e-mails à la suite d'un événement spécifique tel qu'une ouverture de compte, une commande, une inscription via un formulaire de contact...

"Avec un taux d'ouverture très largement supérieur à celui des campagnes d'e-mailing traditionnelles, l'e-mail transactionnel offre la possibilité à toutes les entreprises d'e-commerce et de vente à distance d'optimiser divers leviers stratégiques. Encore mal ou sous-exploité en France, il permet pourtant de créer une forte valeur ajoutée aux stratégies de relation client en améliorant la réactivité des communications envoyées et la qualité du service", déclare Jean-Paul Lieux, Directeur associé de Dolist.

L'e-mail transactionnel : un vivier d'opportunités

Les mises en application de l'e-mail transactionnel (ou message de service) sont exhaustives, ce qui rend ce canal spécifique riche en plus-value. L'e-mail transactionnel est en effet totalement intégrable au cycle de vente online (confirmation de commande, d'expédition des colis, de livraison...), aux transactions hors web (lors de réservation téléphonique d'hôtel ou de location de voiture, d'envoi de factures...) mais aussi au cycle de vie client (message de bienvenue, modification de préférences, dates anniversaires...). L'e-mail transactionnel facilite également la mise en œuvre d'une stratégie de trigger marketing (alertes e-mails sur la disponibilité d'un produit sur un site, relance suite à un abandon de panier...).

Du simple e-mail d'information au message communiquant

Généralement gérés par les services informatiques faute d'interface intuitive, les e-mails transactionnels ont un réel manque à gagner sans l'intervention des marketeurs. Et c'est pourquoi Dolist a développé la plateforme EMT dans une logique de simplicité et d'accessibilité maximale afin de leur permettre de prendre en main les e-mails de service, du design à l'ensemble du contenu.

Via la plateforme 'Dolist-EMT', les annonceurs ont la possibilité de saisir les opportunités de ce nouveau canal d'interaction marketing en y insérant des messages promotionnels personnalisés et contextualisés et en développant des actions de ventes additionnelles ou croisées. Le potentiel communicationnel est également accentué grâce aux possibilités de valorisation de l'identité graphique ainsi qu'à la prise en charge des diverses langues existantes.

Une plateforme dédiée pour une délivrabilité optimisée

Connectée au système d'information de l'annonceur, la plateforme 'Dolist-EMT' a techniquement été conçue de manière à optimiser l'ensemble des processus de délivrabilité et de traçabilité des messages. L'e-mail transactionnel bénéficie en effet chez Dolist d'une infrastructure technique dédiée et sécurisée. L'indépendance de cette plateforme, alliée à des modèles de messages optimisés, authentifiés et consultables sur n'importe quel type de support (messageries, webmails, smartphones), garantit à ses utilisateurs une délivrabilité optimale. L'outil assure enfin une mesure précise de l'impact des campagnes et de l'activité d'un message (performance et aboutissement avec accusé réception).

La plateforme 'Dolist-EMT' vient répondre à un réel besoin du secteur du e-commerce et de la vente par correspondance. *"Nos clients ont de réelles attentes en termes de délivrabilité, de réactivité et de flexibilité. En accord avec notre politique de relation client, c'est l'écoute des besoins du marché et de nos utilisateurs qui dirige la mise en œuvre de nouveaux outils technologiques. Cette nouvelle offre complète ainsi les solutions développées par nos équipes et va permettre à notre clientèle d'optimiser sa stratégie client en toute simplicité",* conclut Jean-Paul Lieux.

Dolist au salon Stratégie Clients du 16 au 18 mars, stand F11 à Paris Porte de Versailles - Hall 1

Au programme :

- Découverte de la nouvelle plateforme 'Dolist-EMT' et des nouvelles fonctionnalités intégrées à la plateforme 'Dolist-V8'
- Conférence et table ronde le mercredi 17 mars :
 - à 11h30 : **"Techniques avancées en e-mail marketing : quelles sont celles qui réussissent ?"**
 - à 15h45 : **"Fidélisation, prospection : les nouvelles perspectives de l'e-mail marketing"**
- Table ronde le jeudi 18 mars à 11h15 : **"Personnalisation de la relation client : enfin les vrais outils du one-to-one"**
- Tous les jours, **dégustations** de spécialités et de Grands Crus de Bordeaux à partir de 12h30, stand F11

A propos de Dolist

Depuis sa création en 2000, Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, propose des solutions et services d'e-mailing et d'envoi de sms, facilement accessibles par Internet. Grâce à sa plateforme SaaS (Software as a Service) disponible 24h/24 et 7j/7, les annonceurs disposent en ligne de tous les outils nécessaires à la réalisation de leurs opérations d'e-mailing et sms. Dolist offre également une gamme complète de services, de la sous-traitance de prestations techniques au conseil en stratégie e-mail marketing. Des solutions technologiques sont fournies aux professionnels de la communication et du marketing direct pour le compte de leurs annonceurs.

Plus de 750 clients et annonceurs font confiance à Dolist : Adidas, Altares, Budget, Ciel, Cofinoga, Cultura, Feu Vert, Fram, Hôtels Mercure, Laboratoires Pierre Fabre, Max Havelaar, Mediapart, NRJ Mobile, Orange, Puma, RATP, Reed Business, Sage, Société Générale, WWF...

En 2009, Dolist a été récompensé par le Palmarès Deloitte Technology Fast 50 pour sa forte croissance avec une augmentation de 587 % de son chiffre d'affaires entre 2004 et 2008.

Informations et actualités : <http://www.dolist.net>

Contacts presse

Carine Lennuyeux
Agence RP² Paris
+33 (0)6 84 10 73 02
carine.lennuyeux@rp-aucarre.com

Jean-Paul Lieux
Directeur associé de Dolist
+33 (0)6 89 84 22 52
jpl@dolist.net