

Epsilon International publie un papier blanc pour démystifier les listes noires (*Blacklists*) afin d'optimiser les campagnes d'email marketing

***Comment les identifier et en connaître les mécanismes.
Peut-on éviter de se faire « blacklister » ?***

Paris, le 17 Février 2009 – Une liste noire (*Blacklist*) est un terme générique utilisé pour désigner la compilation des domaines, des adresses IP ou des adresses internet (URL) ayant pour origine des expéditeurs reconnus comme *spammeurs*.

Ces listes sont publiées et mises à jour par des sites spécialisés comme Spamcop ou Spamhaus et des éditeurs de logiciels anti-spam. Elles sont utilisées notamment par certains FAI (fournisseurs d'accès Internet) ou services Webmails pour bloquer le courrier électronique émanant des expéditeurs qui y figurent afin d'assurer la « protection » de leurs utilisateurs.

Le score de réputation d'une entreprise dépend notamment de sa présence ou de son absence sur ces listes comme de nombreux autres paramètres (plaintes, contenu, nombre de retour, réputation antérieure...).

Pour les responsables marketing, il est donc impératif de ne pas se retrouver sur une liste noire pour ne pas nuire non seulement à leur image en tant qu'annonceur mais surtout à la délivrabilité et donc la rentabilité de leurs campagnes d'email marketing.

Leader sur le marché mondial des services d'email marketing, Epsilon International vient de publier un papier blanc à l'intention des dirigeants marketing consacré aux meilleures pratiques pour éviter un *blacklistage* et assurer le meilleur succès à leurs actions marketing. Le document aborde en particulier :

- Les différents types de listes noires
- Les causes potentielles de *blacklistage*
- Les meilleures pratiques pour éviter de figurer sur ces listes noires

Par ailleurs, afin d'optimiser la distribution des emails dans la boîte de réception et non pas dans la boîte à spam du correspondant, le papier blanc souligne l'importance de plusieurs pratiques simples à mettre en place mais trop souvent oubliées.

Pour obtenir le papier blanc sur la délivrabilité des emails, envoyez vos coordonnées à info_fr@epsilon.com.



A propos d'Epsilon International

Epsilon International (<http://www.epsilon-international.fr>) propose des solutions technologiques associées à un accompagnement stratégique et tactique pour la gestion de campagnes d'email marketing. Diffusant plus de 40 milliards d'emails *opt-in* par an, la société gère des campagnes aussi bien françaises que paneuropéennes et mondiales.

Epsilon International est une division opérationnelle d'Epsilon (<http://www.epsilon.com>), fournisseur de services marketing et de solutions technologiques de base de données. Spécialiste du marketing multi-canal, Epsilon est implanté en Europe (France, Grande-Bretagne, Allemagne), en Amérique du Nord (États-Unis, Canada) et en Asie-Pacifique (Australie, Chine, Hong-Kong, Singapour, Inde).

Aux États-Unis, Epsilon a été reconnu la plus importante agence de Marketing Direct et de Services Marketing en 2008 par le magazine *Advertising Age* ainsi que premier ESP mondial (*Email Service Provider* ou fournisseur de services email). La société est la seule à être positionnée par le groupe Forrester au niveau *Leader* pour l'*Email Marketing* et les *Services de Bases de Données Marketing* et ce, pour la troisième année consécutive.

Epsilon et Epsilon International font partie du groupe coté en bourse Alliance Data (ADS).

Contact Presse :

FIREFLY COMMUNICATIONS

Benoîte Lavie – 01 71 18 23 02 – benoite.lavie@fireflycomms.com

Philippe Caillet – 01 71 18 23 00 – philippe.caillet@fireflycomms.com