



Paris, le 28 octobre 2009

Quand les marketeurs évoquent leurs souhaits de formation...

Etat des lieux.

S'informer pour mieux se former... Emailvision a interrogé les professionnels du marketing sur les moyens qu'ils mettent en œuvre pour se tenir au fait des bonnes pratiques du marché et sur leurs attentes en matière de formation.

Cette étude a été menée dans le cadre du salon E-Commerce Paris, du 29 septembre au 1^{er} octobre 2009, auprès de professionnels du marketing, exposants ou visiteurs du salon.

Comment les marketeurs se tiennent-ils informés des meilleures pratiques du marché ?

La veille concurrentielle : incontournable pour déceler les best practices

Sur l'ensemble des professionnels interrogés, 67,5% déclarent se tenir informés grâce à la mise en place d'une veille concurrentielle. C'est d'ailleurs la méthode privilégiée par les dirigeants et responsables marketing / e-marketing : plus de 30% d'entre eux ont recours à des opérations de veille.

La lecture de la presse spécialisée : priorité à l'expertise et aux cas pratiques

60 % des répondants déclarent se tenir informés grâce à la lecture de la presse spécialisée. Les profils opérationnels (chefs de projets, chargés de marketing), à la recherche de mises en situation pratiques et de retours d'expérience, comptent parmi les plus fidèles lecteurs de ces supports.

Participation à des ateliers d'experts et à des conférences pour un marketeur sur deux

Près d'un répondant sur deux participe régulièrement à des ateliers d'experts et/ou des conférences. Bénéficier de l'expertise de professionnels reconnus sur le marché et avoir l'opportunité d'échanger avec eux demeure une source de formation plébiscitée et jugée efficace.

La collaboration interne : peut mieux faire...

Seuls 29% des répondants indiquent se former au contact de leurs collaborateurs. Cette tendance concerne davantage les fonctions opérationnelles, contrairement aux fonctions stratégiques qui ont l'occasion de faire appel à des compétences techniques dans le cadre de leurs missions.

Dans le domaine des formations autour de l'email marketing, quelles sont les principaux centres d'intérêt des professionnels du marketing ?

Les trois problématiques majeures des marketeurs en termes de formation sont : **les bonnes pratiques de l'emailing, la délivrabilité et la gestion du cycle de vie client.**

L'enquête menée par Emailvision nous révèle en effet les thèmes les plus plébiscités, tous professionnels confondus :

- Identifier les meilleures pratiques de l'emailing (68,8%)
- Maximiser la délivrabilité des campagnes d'email marketing (67,5%)
- Bâtir une relation client durable au travers de l'email marketing (67,5%)

En second lieu arrivent les thématiques opérationnelles :

- Construire une base de données qualifiée (56,3%)
- Intégrer les outils de mesure de la performance des campagnes (51,3%)
- Création et design HTML de l'email (47,5%)



Nathalie Chaboche, Directrice Marketing d'Emailvision, commente : « *Malgré le faible coût de l'email marketing, la technique d'envoyer le même message à l'ensemble de sa base ne rapporte plus. Le mot d'ordre est la pertinence des messages : envoyer le bon message, à la bonne personne, au bon moment. Il faut pour cela mettre en place des campagnes automatisées et fortement personnalisées. Pour répondre à ces besoins, les solutions d'email marketing évoluent constamment et l'application de ces tactiques avancées varie d'un pays à l'autre. Par ailleurs, les équipes marketing se renouvellent souvent. Il est donc essentiel pour les e-marketeurs de pouvoir se former en continu. C'est ce constat qui a conduit Emailvision à ouvrir un centre de formation au Royaume-Uni, en France, dans les principaux pays européens et plus récemment aux Etats-Unis* ».

A propos de l'Emailvision Academy



Un centre de formation en ligne avec les attentes du marché

Emailvision a inauguré, en juin 2009, l'Emailvision Academy France, son nouveau centre de formation à Paris.

Un vaste programme de formation, s'adressant à tous les profils de marketeurs

Les formations de l'Emailvision Academy ont pour but d'aider les professionnels de l'email marketing à augmenter leur productivité, à développer de nouvelles méthodes, à partager leurs meilleures pratiques tout en augmentant leur ROI.

Par son **contenu marketing à la fois technique et stratégique**, l'Emailvision Academy s'adresse aux marketeurs de tous niveaux.

Plus de 1 000 personnes ont été formées par Emailvision en 2009

Parmi les modules de formations proposés, citons : l'optimisation marketing, les campagnes transactionnelles, la gestion du cycle de vie client, l'intégration avec les solutions de Web Analytics, la délivrabilité, le design HTML et bonnes pratiques... des thématiques en ligne avec les attentes de nos professionnels du marketing !

Les résultats de l'étude sont disponibles sur le site d'Emailvision : www.emailvision.fr

Emailvision est cotée sur Alternext - Code ISIN : FR0004168045 / MNEMO : ALEMV

A propos d'Emailvision (www.emailvision.fr)

Emailvision est le 1^{er} éditeur international des logiciels « SaaS » pour la gestion et l'optimisation des campagnes d'e-mail marketing. Son logiciel *Campaign Commander™* est la référence en matière d'automatisation des campagnes d'e-mail marketing pour l'e-commerce et le publishing. Avec plus de 200 collaborateurs, et présent sur les principaux marchés dont la France, les Etats-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Suisse, la Belgique, les Pays-Bas, l'Espagne, la Scandinavie et l'Italie. Emailvision met en œuvre une stratégie commerciale offensive de prise de parts de marché dans un marché à forte croissance.

Contacts

Emailvision

Mouna Criton
Marketing Manager
Tél. : 01 41 27 27 17

Actifin

Relations Presse
Jean-Yves Barbara – Marie Gavériaux
Tél. : 01 56 88 11 11
jybarbara@actifin.fr - mgaveriaux@actifin.fr