

Partenariat : Dolist élargit son offre au Trigger Multicanal en s'alliant à Marketing 1By1

Dolist, spécialiste Data & E-mail Marketing et Marketing 1by1, expert du Trigger Marketing multicanal, annoncent leur partenariat. Une collaboration qui donne lieu à une offre résolument plus cross-canal côté Dolist.

Paris, le 03 septembre 2015 - Grâce à la solution de Marketing 1by1, Dolist intègre désormais à son panel de services une approche plus multicanale permettant à ses clients de développer des programmes relationnels automatisés au plus proche des comportements consommateurs. Aux canaux e-mail et SMS déjà maîtrisés s'ajoutent désormais les sites web, les applications mobiles, les points de vente ou encore le print.

Le Trigger Marketing Omnicanal pour répondre aux actuels comportements cross-canal

Reconnaître un visiteur de son site Internet dont on dispose de l'adresse e-mail en base de données ou bien identifier le visiteur du point de vente qui utilise l'application mobile de l'enseigne. Des exemples d'opportunités pour fidéliser et **adresser des offres personnalisées** ou des recommandations produits au bon moment **via le canal opportun**.

« Les professionnels du marketing doivent aujourd'hui pouvoir **réagir sur l'ensemble du parcours clients**, tout en personnalisant et adaptant leurs discours aux centres d'intérêt du contact. Une approche pertinente est aujourd'hui essentielle dans le travail de fidélisation que doivent entreprendre les marketeurs », affirme Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist.

L'enjeu : engager de manière pertinente les clients

L'art d'**optimiser l'expérience client** passe par deux aspects fondamentaux :

- ❶ La **capacité technique** à détecter les contacts connus, quel que soit le canal, et de les adresser immédiatement en fonction (e-mail, sms, application mobile, site Internet, courrier)
- ❷ L'aptitude à **connaître les centres d'intérêt** et comportements de ses clients pour leur offrir des communications hyper-personnalisées pertinentes.

« Avec une bonne compréhension du cycle de vie et du parcours client, une analyse précise des signaux émis par les contacts, ainsi qu'une bonne utilisation des technologies « **smart data** », toute marque est à même d'**améliorer l'expérience** vécue par ses clients et de **les engager** ainsi plus fortement », avance Benoît Venière, CEO de Marketing 1by1.

Des approches marketing complexes... désormais simplifiées

L'offre Dolist-1by1 permet ainsi d'allier des compétences fortes pour faciliter le travail de fidélisation des marketeurs :

- ❶ La **centralisation de la connaissance client** avec la réunification des comportements d'achat on ou offline (boutique ou par correspondance) ainsi que les comportements web, e-mail, sms...
- ❷ Le déclenchement de **campagnes de Trigger**, personnalisées sur la base des données clients, sur n'importe quel canal, grâce à 40 **scénarios prêts à l'emploi** développés par Marketing 1by1 (remerciements post achat ou post inscription, relance abandon de panier, anniversaire, relance inactifs, cross-selling, disponibilité produit, promotion meilleures ventes, fêtes, etc.).
- ❸ L'optimisation de la délivrabilité des campagnes menées sur le canal e-mail et la **protection de la réputation** des expéditeurs grâce aux infrastructures d'envoi Dolist

- La mesure des performances des différentes opérations pour **analyser leur ROI**
- L'accompagnement et l'**amélioration des performances** des opérations via les consultants en Data et Marketing Digital de Dolist.

« Cette collaboration vise à **simplifier le quotidien de nos clients** », conclut Jean-Paul Lieux. « Ces derniers doivent inévitablement aller dans le sens des consommateurs pour améliorer la qualité de leur relation client et garder un avantage compétitif. Cela passe inévitablement par la **centralisation et l'analyse des données utiles** mais aussi par l'utilisation de technologies qui accompagnent leurs objectifs de manière facilitée. Notre crédo chez Dolist, à savoir, permettre à nos clients d'**exploiter le potentiel de leurs Data**, est de jour en jour plus affirmé avec de nouveaux partenaires comme Marketing 1by1 ».

La Paris Retail Week pour rencontrer Dolist & Marketing 1by1

Dolist & Marketing 1by1 seront présents lors de la Paris Retail Week à Paris du 21 au 23 septembre 2015 :

- au salon **E-Commerce Paris** stand L26
- au salon **Digital In Store** lors d'une **conférence commune** le mercredi 23 septembre à 10h salle 12 :
« *Trigger Marketing Omnicanal : l'engagement client au cœur de vos points de vente off et online* »

À propos de Dolist

Dolist, spécialiste Data & E-mail Marketing depuis 2000, propose des services de production, d'audit, de consulting, d'accompagnement et de formation dans le domaine du Data Driven Marketing. Objectif : permettre aux professionnels d'optimiser leurs dispositifs digitaux pour accroître le ROI de leurs campagnes.

En parallèle, Dolist fournit des technologies d'envoi d'e-mails, de SMS et d'e-mails transactionnels facilitant l'acquisition, l'enrichissement et l'exploitation de données (scoring, personnalisation, automatisation, analytics...).

Informations et actualités : www.dolist.net

Contact presse

Carine Lennuyeux

Agence RP²

carine.lennuyeux@rp-aucarre.com

+33 (0)6 84 10 73 02

A propos de Marketing 1by1

Marketing 1BY1, éditeur de logiciel, propose à ses partenaires, depuis 2013, une solution de trigger marketing omni canal et de recommandation produit.

Nous mettons à disposition de nos partenaires un moyen simple et efficace de personnaliser et d'automatiser la relation client de façon totalement omni canal.

Bibliothèque de triggers prêts-à-l'emploi, moteur de ciblage et de recommandation produit omni canal, hiérarchisation, autant de fonctionnalités qui permettront aux annonceurs de mettre en place une stratégie de fidélisation optimale.

Site Internet : www.marketing1by1.com