

Communiqué de presse

Événement / Marketing digital

Salon E-Commerce 2014 : Dolist présente la face « Data » de sa plateforme et fait le point sur les incontournables du digital

Dolist participera au salon E-Commerce Paris du 23 au 25 septembre, Porte de Versailles. L'occasion d'animer 3 conférences sur les tendances du digital (collecte cross-canal, Data e-commerce et réputation FAI) ainsi que de présenter, stand F39, les nouveautés très « Data » de sa plateforme marketing.

Bordeaux, le 4 septembre 2014 – Au-delà de la présentation de la **nouvelle approche « Data Marketing » de sa plateforme Dolist-V8** et des fonctionnalités qui vont de pair, Dolist s'exprimera lors de **3 nouvelles conférences totalement axées sur les incontournables 2015 du secteur digital** : Quelles techniques cross-canal efficaces de collecte de leads ? Quels usages des Data e-commerce dans les opérations Marketing ? Ou encore, quels rôles et devoirs des routeurs et annonceurs en matière de réputation technique et de délivrabilité des e-mails ?



› La plateforme Dolist-V8 muscle sa dimension Data

La plateforme Dolist-V8, spécialisée dans le routage e-mail et SMS, continue à enrichir ses fonctionnalités autour de la data avec des évolutions qui permettent désormais de couvrir l'ensemble de la chaîne de la donnée. Les professionnels peuvent donc aujourd'hui :

- ❶ **Rassembler la donnée** avec une approche de type Datamart Marketing qui permet de centraliser l'information sans restrictions en termes de taille, de volume, de type ou de nombre de champs.
- ❷ **Synchroniser les données** grâce à une offre d'API et Web Services complète qui permet d'interconnecter de manière sécurisée la plateforme Dolist-V8 avec les plateformes e-commerce, les CRM, les ERP, les CMS, ou encore avec les logiciels métiers spécifiques.
- ❸ **Enrichir et valoriser la donnée** avec les informations provenant du comportement e-mail, les appétences, les data récupérées depuis des systèmes d'information tiers (données e-commerce, CRM...) mais aussi au travers d'opérations qualifiantes de type enquête, sondage ou jeu-concours.
- ❹ **Actionner la donnée** en s'appuyant sur des techniques d'automatisation avancée, de Trigger Marketing ou d'hyper-personnalisation des messages.

En parallèle de ses outils, **Dolist a également fait évoluer ses offres de consulting et de formation** en intégrant des thèmes tels que l'acquisition et la fidélisation cross-canal, la digitalisation des points de vente, la législation en matière de données personnelles, l'analytique, le scoring comportemental, le prédictif, etc.

› Collecte cross-canal, data E-commerce, réputation... Dolist aborde les incontournables du digital

Stop à la collecte de leads inutiles. Suivez la To Do List et optez pour la qualité !

Conférence mardi 23 septembre à 11h30, salle 4

Les actions de collecte sont certes inévitables mais peuvent être optimisées de manière à générer un bon ROI sans y investir des coûts démentiels. Web-to-store, jeux-concours, réseaux sociaux, affiliation, inbound, etc., Dolist propose

de l'inspiration pour collecter des leads qui transforment vraiment et aborde les canaux de collecte qui génèrent de l'engagement. Point sur cette notion d'engagement qui, alliée aux profils des contacts, impacte les performances et dirige la mise en place d'actions fidélisantes et multicanales.

Check list : Comment actionner vos data pour booster votre CA E-mail ?

Conférence mercredi 24 septembre à 11h30, salle 7

Où en êtes-vous dans l'utilisation de vos données ?

Amélioration de la connaissance client, optimisation de l'expérience client et fidélisation, détection de modèles de performance pour générer du CA... Des objectifs variés pour lesquels Dolist donne les clés de mise en œuvre, depuis les méthodes les plus accessibles avec l'exploitation des "Small data", à celles plus avancées comme les modèles prédictifs. Depuis les modes de compréhension des données jusqu'aux possibilités d'exploitation, Dolist propose un tour de table très opérationnel des opportunités à saisir.

Vous et votre routeur e-mail : le bon duo pour optimiser votre réputation technique auprès des FAI !

Conférence jeudi 25 septembre à 11h30, salle 9

Etre aujourd'hui efficace en e-mail marketing, c'est avant tout être capable de créer, optimiser et maintenir une réputation d'expéditeur optimale. Au-delà des aspects déontologiques et législatifs liés au traitement de fichiers, il s'agit de faire le point sur les bonnes pratiques stratégiques et techniques que professionnel et routeur doivent mettre en œuvre pour y parvenir et assurer la délivrabilité des campagnes. Au-delà des actions préventives et réparatrices possibles, il s'agit de découvrir des outils de gestion de réputation en temps réel ou encore les rôles et devoirs d'un routeur e-mail.

Contact presse

Carine Lennuyeux
carine.lennuyeux@rp-aucarre.com

06 84 10 73 02

À propos de Dolist

Dolist, spécialiste de l'e-mail et du data marketing, propose des plateformes sécurisées d'envoi d'e-mails, de SMS et d'e-mails transactionnels ainsi que des services d'accompagnement et de conseils. L'objectif : fournir aux professionnels une gamme complète d'outils, de formations et de prestations afin de mener efficacement leurs opérations d'e-mail et de data marketing (collecte, automatisation, scoring, analytics, personnalisation temps réel...).

Informations & actualités : www.dolist.net