

## Marketing prédictif & Scoring : Dolist et BVA Data Sciences signent un partenariat

**Dolist et BVA Data Sciences annoncent un partenariat technologique visant l'optimisation des performances marketing par l'analyse des Data et le scoring prédictif.**

Bordeaux, le 09 juin 2015 - Dolist, spécialiste Data & E-mail Marketing, et BVA Data Sciences, le département de datamining de l'institut BVA, deviennent partenaires pour développer des scores dédiés à l'optimisation des opérations e-mail marketing.

### L'offre « BVA Inside » intégrée aux solutions Dolist

« BVA Inside » vise à encapsuler les solutions de scoring de BVA au sein d'applications tierces off et online. Sa collaboration avec Dolist vise à constituer des scores dynamiques et automatiques, calculés sur la base des résultats d'opérations marketing menées par le passé par ses clients et des comportements observés (achats, e-mail...). Ces traitements et analyses de données se dérouleront dans un cadre d'échanges sécurisés des données.

« L'offre « BVA Inside » répond au besoin des annonceurs de confier leur data de marketing opérationnel à des professionnels de la gestion des canaux marketing, dont Dolist est l'un des meilleurs exemples, tout en bénéficiant du savoir-faire pointu en modélisation de BVA. Ce processus de scoring online intégré à un système d'information tiers avec maintenance distante est une innovation majeure pour le marché », précise Pascal Gaudin, Directeur Général de BVA.

### Des scores pour anticiper les comportements clients

Paradoxe : 36% des professionnels français ont pour projet d'analyser plus finement leurs données clients pour mieux segmenter et cibler leurs envois\*.

Mais alors que les intentions concordent totalement avec les tendances actuelles de Data Marketing et d'exploitation marketing intelligente des données, la réalité opérationnelle apparaît toute autre. En effet, ils sont respectivement 44% et 54% à ne pas prévoir de s'appuyer sur le scoring comportemental et l'analyse prédictive cette année.\*

### Des scores « prêts à l'emploi » pour lever les freins

Complexité, manque de temps, de coordination entre les services marketing et informatique ou encore de ressources... Les freins énumérés par les professionnels du marketing\* démontrent combien les technologies doivent les accompagner le plus simplement possible dans leurs ambitions.

C'est pourquoi Dolist et BVA ont choisi de mettre en commun leurs expertises respectives et de fournir aux clients de Dolist des scores prédictifs très facilement actionnables sur la base des comportements observés chez les contacts. Deux enjeux : l'optimisation de l'efficacité des campagnes et de la délivrabilité des messages e-mails.

« Notre volonté est de fournir à nos clients des scores prêts à l'emploi afin qu'ils puissent améliorer le retour sur investissement de leurs campagnes. La collaboration avec BVA Data Sciences s'inscrit également dans la continuité du positionnement de Dolist, à savoir, optimiser l'ensemble de la chaîne de la donnée de nos clients, depuis la captation des data jusqu'à leur exploitation marketing » conclut Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist.

\* Source : Enquête Tendances Data & E-mail Marketing 2015 en France - Dolist

### 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.

### A propos de BVA

Société indépendante, BVA apporte à ses clients depuis plus de 40 ans une expertise conseil mêlant connaissance pointue des secteurs étudiés et innovation méthodologique. Pionnière dans de nombreuses approches (comportementale, non verbale, digitale,...), BVA offre des solutions quantitatives et qualitatives capables de

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](http://www.dolist.net)

### **Contact presse**

Carine Lennuyeux, agence RP<sup>2</sup>  
carine.lennuyeux@rp-aucarre.com  
06 84 10 73 02

déchiffrer la complexité du consommateur-citoyen et de conduire à des recommandations opérationnelles et stratégiques. Le groupe se spécialise dans quatre expertises majeures : l'activation en point de vente, l'expérience client la Big Data et le changement comportemental. Avec un chiffre d'affaires de 91M€ en 2014, le groupe BVA est présent en France et à l'international (Allemagne, Italie, Royaume-Uni, USA, Chine, Hong Kong, Japon, Dubai, Taiwan) et plus de 500 collaborateurs permanents.

Pour plus d'informations : [www.bva.fr](http://www.bva.fr)