

Communiqué de presse

Dolist enregistre une croissance de 10% pour 2015

Dolist annonce ses résultats financiers 2015 et un nouveau positionnement identitaire pour 2016.

Bordeaux, le 15 mars 2016 – Dolist fait le bilan de l'impact de ses choix en matière de stratégie commerciale. Des constats qui mènent à de nouvelles orientations pour la stratégie de communication.

+20% de croissance côté service

Dolist annonce un **chiffre d'affaires de 5,2 millions d'euros** pour l'année 2015. Une croissance globale de 10% tirée notamment par une **forte activité « service »**. Cette dernière enregistre à elle seule une augmentation de près de 20% entre 2014 et 2015.

La nouvelle organisation commerciale entreprise par Dolist, soutenue par l'arrivée de son nouveau directeur commercial, a également permis de **doubler le montant des prises de commandes** par rapport à l'année précédente.

Des chiffres favorables qui offrent la possibilité d'envisager une **nouvelle année de croissance pour 2016**, appuyée par 6 nouveaux recrutements, avec des profils de chef de projet, de consultant marketing et de responsable clientèle.

2015, le tournant datamining & omnicanal

La croissance de l'entreprise est également liée aux **partenariats stratégiques** établis en 2015. Dolist a en effet vu son panel d'offres et son périmètre d'actions s'élargir :

- ❶ L'alliance avec **BVA Data Sciences** (département Datamining de BVA) a donné lieu au lancement de *Dolist Predict*, une offre de **Scoring comportemental et prédictif** permettant d'anticiper les comportements clients.
- ❷ La collaboration avec **Marketing 1by1** a, quant à elle, permis le lancement de *Dolist Smart Omnichannel*, un service complet de **Datamart et de Trigger Omnicanal**, offrant la possibilité aux annonceurs d'unifier leurs données pour ponctuer l'ensemble du parcours client de messages personnalisés.

79 nouveaux clients en 2015

Cet élargissement du champ d'actions, la valorisation des offres d'accompagnement ainsi que la notoriété des technologies Dolist ont favorisé les **nouvelles collaborations**. La nature des solutions désormais apportées par Dolist répond en effet aux **problématiques digitales et relationnelles les plus avancées**.

On compte ainsi parmi les 79 nouveaux clients de l'année Oxbow, Universal Music, JCDecaux, Quechua, Speed Burger, Heurtey Petrochem, les stations Serre Chevalier et Saint-Gervais, VPN Autos du groupe SIPA, Protection 24 de BNP Paribas, la CNAV, les Musées d'Orsay et du Louvre ou encore la CNAF.

Une nouvelle identité plus adaptée pour 2016

Pour accompagner cette **nouvelle stratégie commerciale** et cette **ouverture du métier** de Dolist au scoring, à la qualité de la donnée et à l'adressage omnicanal des contacts dans un contexte de fidélisation, **Dolist revoit le positionnement global de sa communication ainsi que son identité graphique**.

« Notre positionnement historique centré uniquement sur le routage de messages e-mails & SMS doit aujourd'hui être renforcé par l'ensemble de nos nouvelles activités », affirme Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist. « Notre travail d'optimisation de la donnée, nos solutions en datamining et analytics, notre accompagnement opérationnel et marketing sur des technologies tierces ainsi que sur des problématiques plus

générales de messages adressés, quel que soit le canal emprunté, ne sont plus en adéquation avec l'image exigüe aujourd'hui renvoyée. C'est l'heure du changement ! », conclut-il.

Dolist profitera du salon E-Marketing Paris, du 12 au 14 avril prochain, pour dévoiler cette nouvelle identité plus proche de la réalité de son offre.

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 & actualités : www.dolist.net

Contact presse

Carine Lennuyeux

Agence RP²

carine.lennuyeux@rp-aucarre.com

06 84 10 73 02