

# Communiqué de presse

Ressource : livre blanc

## Dolist publie la 2<sup>ème</sup> édition de son livre blanc

### « E-mail mobile : tendances, techniques & conseils d'expert »

Dolist, spécialiste de l'e-mail et du data marketing, développe dans cette nouvelle publication sa vision de la mobilité dans le domaine de l'e-mail marketing : évolution des comportements mobiles des consommateurs en chiffres, nouvelle complémentarité entre leviers physiques et digitaux, techniques actuelles d'optimisation mobile des e-mails ainsi que conseils opérationnels pour une stratégie e-mail mobile réussie.

Bordeaux, le 16 septembre 2014 – Face aux multiples évolutions liées au développement des supports mobiles, tant d'un point de vue technique que de celui des usages, Dolist publie une version actualisée et très graphique de son [livre blanc sur « l'e-mail mobile »](#). Une compilation d'informations visant à permettre aux professionnels en charge d'opérations d'e-mail marketing d'évaluer les enjeux d'une optimisation mobile ainsi qu'à leur donner les clés d'une stratégie et d'une approche technique réussies.



#### › Plus de 50% des professionnels ne sont pas passés à l'e-mail mobile

Les investissements mobiles progressent en France et prennent la 2<sup>ème</sup> place du côté des dépenses digitales 2014. Des investissements qui restent cependant axés principalement sur la création d'applications et la publicité mobile (*Enjeux du marketing mobile pour les entreprises – Harris/Azetone juin 2014*).

Quant à l'**optimisation mobile des e-mails**, entre priorités à ordonnancer, manque de compréhension des bénéfices directs ou encore difficulté de mise en place, elle **n'apparaît pas encore une pratique incontournable** pour tous : **27% des professionnels comprennent l'intérêt de l'e-mail mobile sans être encore passés à l'action et 29% ne sont pas intéressés du tout** (*Enquête Pratiques & Tendances de l'e-mail marketing – Dolist 2014*).

Un **paradoxe avec la réalité des consommateurs** : aujourd'hui, ¾ des utilisateurs mobiles consultent leurs e-mails tous les jours sur ces supports avec des actions de tris des messages mais aussi de navigation sur les sites des marques, d'achats ou de préparation à l'achat (*Mobile Marketing Attitude - SNCD 2013*).

#### › Les techniques d'optimisation mobile & les pièges à éviter

Si l'e-mail mobile est déjà un B.A.BA côté consommateurs, l'**impact des campagnes e-mails non optimisées pour mobiles est réel** : 70% des destinataires suppriment directement les messages et 16% se désabonnent. Sans compter l'effet déceptif des pages d'atterrissage non adaptées. Les **mauvaises expériences utilisateurs sur mobile sont vite sanctionnées** par les consommateurs et les performances de campagnes fortement pénalisées.

Afin de faciliter le choix des professionnels, Dolist propose un **état des lieux des techniques d'optimisation mobile des e-mails**, depuis l'e-mail « responsive » en passant par l'e-mail « aware » ou « scalable », avec une valorisation des **avantages et inconvénients** de chacune.

Mais au-delà des aspects techniques, Dolist propose une **check list stratégique et opérationnelle** pour **éviter les pièges recensés par ses équipes** avec, parmi les grandes étapes à suivre :

- ① **Bilan** de l'audience et des communications existantes
- ① Définition d'une **stratégie mobile** pertinente en accord avec les objectifs des messages
- ① Optimisation de l'**expérience utilisateur**, depuis le message jusqu'à la page d'atterrissage
- ① **Stimulation de la transformation** avec un travail sur les appels à l'action ou encore des phases d'A/B testing.

« *Beaucoup d'encre a coulé sur le thème de la mobilité et les techniques ont fortement évolué depuis notre premier livre blanc sur l'e-mail mobile en 2010. Entre abus de langage et techniques opaques, il nous est apparu essentiel de faire le point, d'aborder le sujet simplement pour le rendre compréhensible par tous et de délivrer nos connaissances et savoir-faire en la matière* », avance Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist. Avant de conclure : « *Nos métiers et positionnement nous poussent toujours et encore à sensibiliser, informer et donner les clés pour permettre aux professionnels d'intégrer de manière pertinente et cohérente les tendances à leurs pratiques et de rendre le plus efficace possible leurs campagnes de marketing digital relationnel* ».



Télécharger le livre blanc de Dolist sur  
[www.dolist.net/mobile](http://www.dolist.net/mobile)

### 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...).

### Contacts presse

Carine Lennuyeux  
carine.lennuyeux@rp-aucarre.com  
06 84 10 73 02

Gaëlle Guillocheau  
g.guillocheau@dolist.net  
06 58 35 43 10