

Dolist révèle sa nouvelle identité graphique

Dolist, experte en E-Marketing et Smart Data, fait évoluer ses codes graphiques pour accompagner son nouveau positionnement identitaire.

Bordeaux, le 21 avril 2016 - Dolist dévoile sa nouvelle charte graphique, avec notamment un logo entièrement repensé, davantage en accord avec la stratégie orientée Omnicanal, Scoring et qualité de la Data renforcée l'an passé. A cette occasion, elle énonce les 10 raisons qui l'ont amenée au changement.

Un logo tourné vers l'échange et la Data

Accompagnée dans sa création par l'agence TBWA\Compact, la nouvelle identité de Dolist souhaite afficher clairement :

- L'ouverture de son champ d'actions à de **multiples formes de messages** et d'interactions avec les contacts des marques, au-delà du seul canal e-mail
- Le cœur de son activité autour des **mécaniques d'échanges et de conversation** entre les annonceurs et leurs publics, principalement celles visant à les fidéliser davantage
- Le nécessaire travail sur **la qualité de la donnée** (centralisation, homogénéisation, analyse, etc.) pour créer et stimuler des **relations durables** entre les marques et leurs audiences
- Des solutions qui englobent des **services de réalisation, d'accompagnement et de consulting** en parallèle des offres technologiques connues.



« Notre mission de consulting et d'accompagnement a démarré par une journée de workshop (un « Disruption Day), pour dresser un audit de la marque et identifier les éléments qui allaient nourrir son nouveau positionnement. S'en sont suivis plusieurs mois de travail en étroite collaboration qui ont abouti sur l'architecture de marque et la création de la nouvelle identité. », commente Thierry Passemard, DG de TBWA\COMPACT.

10 raisons qui ont guidé Dolist vers le changement

1. Le consommateur est mature et **exige de la pertinence** des marques et sociétés avec des messages qui le valorisent comme individu.
2. Le client est **omnicanal** et doit être adressé de manière judicieuse via ses canaux favoris aux moments opportuns.
3. La **connaissance client** est au cœur d'une démarche de Data Driven Marketing pour une approche plus « Smart ».
4. La **qualité de la donnée** est devenue prioritaire pour adresser les contacts de façon personnalisée.
5. La Data intègre **toutes les étapes du marketing** : collecte, qualification, segmentation, scoring, web analytics, mesure de ROI, etc.

6. La centralisation, la valorisation et l'activation des Data sont les clés pour **apporter de l'intelligence aux canaux** d'adressage.
7. **L'art du Messaging** s'immisce dans toutes les interactions entre les marques et le consommateur omnicanal : e-mail, sms, application mobile, réseaux sociaux, etc.
8. Pour être efficace, le marketing digital doit s'appuyer sur la **maîtrise des technologies** de routage et de la délivrabilité des messages.
9. Pour tirer profit des **technologies de plus en plus complexes**, les marketeurs doivent être guidés et accompagnés.
10. Dolist partage désormais son **expertise marketing**, indépendamment des technologies utilisées.

« Nos nouvelles activités d'optimisation de la donnée, de Marketing Omnicanal, de Datamining, d'Analytics ou encore d'accompagnement opérationnel et marketing sur des technologies tierces ne sont plus en adéquation avec le positionnement historique de Dolist, centré uniquement sur le routage de messages e-mails & SMS. », complète Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist.

Dolist commence donc le **déploiement de sa nouvelle identité**, symbole de la nouvelle stratégie entreprise, et **travaille actuellement à la refonte de son site Internet** dont la sortie est prévue pour le mois de juin.

À propos de Dolist

Experte du e-marketing et de la smart data, Dolist conçoit et déploie les campagnes avec une exigence constante : créer et stimuler des relations durables entre les marques et leurs publics. Dolist propose un ensemble de services et d'outils dédiés aux enjeux divers de l'adressage digital. Du conseil stratégique à l'accompagnement opérationnel, Dolist optimise et révèle le potentiel des données et des messages pour permettre aux annonceurs d'engager leurs clients de manière durable.

Informations & actualités : www.dolist.com

Contacts presse

Carine Lennuyeux
Agence RP²
carine.lennuyeux@rp-aucarre.com
06 84 10 73 02

Gaëlle Guillocheau
Responsable communication Dolist
g.guillocheau@dolist.com
06 58 35 43 10