

Communiqué de presse

Nouvelles offres dédiées chez Dolist : l'accompagnement au cœur de sa stratégie

Dolist, spécialiste E-mail & Data Marketing, consolide son offre de services et lance 4 formules d'accompagnement opérationnel et stratégique.

Bordeaux, le 27 novembre 2014 – Face à la demande croissante des annonceurs, Dolist affine ses offres d'accompagnement et en propose désormais 4 niveaux en adéquation avec les différents besoins clients.

Une meilleure appropriation des technologies et des stratégies marketing

Plaintes des internautes, faibles performances de campagnes e-mails ; les annonceurs gagnent en maturité et comprennent aujourd'hui largement l'impact négatif d'un manque de connaissances techniques et stratégiques sur leurs performances e-mail marketing.

Lors d'une enquête menée auprès des clients Dolist fin 2013, 60% ont déclaré ne pas avoir suffisamment de connaissances pour profiter pleinement des solutions technologiques proposées. Constat : les outils marketing online livrés sans accompagnement aux utilisateurs sont voués à être sous-exploités. Mais Dolist doit aussi faire face au paradoxe de l'utilisateur professionnel : volonté d'autonomie mais peu de temps à consacrer.



Redonner du sens aux technologies et optimiser le ROI

Pour pallier ce problème, Dolist a développé 4 formules d'accompagnement permettant de former et conseiller stratégiquement ses clients, tout en transmettant son expérience.

Dès les premiers niveaux d'accompagnement, au-delà de la formation aux technologies Dolist, les utilisateurs sont sensibilisés aux éléments de base de la réussite : bonnes pratiques e-mail et marketing, ainsi que les incontournables aspects juridiques et déontologiques liés à la collecte et au traitement des données.

A partir du niveau intermédiaire d'accompagnement, les clients ont la possibilité d'être suivis par un conseiller ou consultant dédié. Axés optimisation de la stratégie webmarketing globale et développement du ROI, ces niveaux d'accompagnement peuvent intégrer :

- ① une aide à l'utilisation des outils et à la réalisation opérationnelle des campagnes,
- ① des rapports réguliers d'analyse de performances,
- ① des recommandations pour l'optimisation de la stratégie e-mail marketing voire, plus largement, pour la mise en place de projets digitaux plus avancés (collecte multicanale, data management, automatisation et scénarisation, Analytics, mesure de ROI),
- ① la définition de plan d'actions en lien avec les objectifs fixés par le client.

« Voilà plusieurs années que nous travaillons à la mise en place d'offres de services orientées consulting et accompagnement opérationnel. Nous avons en effet compris que nous devons redonner du sens aux technologies et aider à une meilleure appropriation de leur potentiel », avance Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist. « Afin de simplifier davantage les usages et répondre au mieux à notre 'promesse', à savoir optimiser le ROI de nos clients, nous choisissons aujourd'hui de renforcer l'esprit collaboratif et le partage d'expérience avec ces derniers au travers de formules d'accompagnement hyper flexibles », conclut-il.

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...).

Contact presse

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