

COMMUNIQUE DE PRESSE

Résultats de l'étude TOURISME & E-MAIL MARKETING : pratiques, perceptions et perspectives d'utilisation

Bordeaux, le 9 octobre 2008 – Les sociétés Dolist.net et Expertiz révèlent les résultats de leur dernière étude sur les aspects de **l'e-mail marketing dans le secteur du Tourisme**. L'objectif de cette analyse est d'obtenir "une photographie" des pratiques, de la perception de l'efficacité et des perspectives d'**utilisation de l'e-mailing dans le secteur du tourisme**.

Au moyen d'un questionnaire expédié à plus de 150 entreprises du secteur entre le 15 juillet et le 12 septembre 2008, **120 répondants** ont permis d'élaborer une vision assez précise de l'utilisation de cet outil.

Les personnes interrogées sont responsables marketing ou Internet des **principaux acteurs du tourisme français** : agences de voyages, tours opérateurs, compagnies aériennes, loueurs de voitures, hôteliers, Offices de Tourisme, Comités Départementaux et Régionaux du Tourisme...

Quelques points clés révélés par cette étude :

90% des répondants jugent l'e-mail marketing plutôt efficace. Près de 40% ont d'ailleurs augmenté les budgets alloués à l'e-mail marketing en 2008.

80% avouent que la fidélisation (des prospects ou clients) est l'objectif prioritaire. Seulement 20% d'entre eux l'utilisent pour prospecter. Toutefois seuls 15% ont des objectifs de vente déclarés.

29% seulement des répondants jugent satisfaisante la qualité des données de leur base de contacts ! Les données proviennent plutôt de fichiers internes existants, de contacts collectés sur des salons ou sur des sites web. La collecte d'informations sur les réseaux de points de vente est « sous utilisée ».

46% minimum des répondants n'utilisent pas ou très peu la segmentation de leurs bases clients ; alors que la communication touristique doit de plus en plus s'adapter aux attentes des différents publics...

22% ne traitent pas les erreurs d'adressage (eNPAI), qui est pourtant un sujet déterminant en matière de délivrabilité des campagnes en boîte de réception.

50% des répondants n'utilisent pas les résultats statistiques des campagnes réalisées pour améliorer la pertinence des campagnes à venir !

23% uniquement ont vérifié l'aptitude des messages envoyés à passer outre les dispositifs « anti-spam ».

29% des répondants ont vérifié la qualité de présentation visuelle de leurs messages sur les principaux outils alors que les outils de messagerie se multiplient et évoluent sans cesse. Les principaux freins internes au développement sont la qualité de la base et la disponibilité des équipes.

72% pensent malgré tout que l'e-mail marketing est un vecteur incontournable sur Internet et 90% souhaitent développer leurs pratiques.

Utilisé comme un **levier de fidélisation**, l'e-mail marketing pourrait être mieux organisé, en vue de meilleurs résultats.

Toutefois, on retiendra que **la professionnalisation de l'e-mail marketing est en marche** dans le secteur du tourisme, qui n'affiche au final qu'un retard relatif par rapport aux autres secteurs marchands sur Internet.

A ne pas manquer : analyse des résultats en direct

Cette étude sera présentée dans son intégralité par Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist.net, à l'occasion de **deux web-séminaires** gratuits les 17 et 23 octobre 2008 à 15h.

Informations et inscription sur :

http://www.dolist.net/pageseditos,183,top_465E0E36.html

Téléchargez les résultats de cette enquête

Enquête "Tourisme & E-mailing : analyse des pratiques et tendances"

Format PDF - 1 468 Ko

Télécharger les résultats : http://www.dolist.net/pageseditos,184,top_CD5B2A62.html

Pour tout complément d'information sur cette étude, contactez-nous à info@dolist.net ou au 05 57 26 25 70

A propos d'Expertiz

Expertiz est un cabinet de consultant dans le domaine des nouvelles technologies appliquées au secteur du tourisme et des loisirs. Nos activités s'articulent autour de la mise en œuvre de projets e-tourisme : la récolte des besoins, la rédaction de cahiers des charges, le suivi de projet ... mais aussi la formation et l'accompagnement « au long cours » de professionnels.

Au cours de leur expérience professionnelle de plus de 20 ans chacun, les consultants « Expertiz » ont géré, conseillé et mis en place quelques unes des plus belles réussites du tourisme actuel. Adhérer à l'esprit Expertiz c'est avant tout reconnaître que la réussite pour être durable ne se conçoit qu'à plusieurs....

A propos de Dolist

Dolist est un prestataire de services techniques pour les campagnes d'e-mail marketing et SMS. Disponibles en mode SaaS (Software as a Service), les solutions proposées concernent aussi bien les process d'acquisition que de fidélisation. Grâce à sa plateforme disponible 24h/24 et 7j/7, les annonceurs disposent en ligne de tous les outils nécessaires à la réalisation de leurs opérations d'e-mailing et sms. Dolist fournit également aux professionnels de la communication et de l'Internet des solutions technologiques pour le compte de leurs annonceurs.

Plus de 700 clients et annonceurs font confiance à Dolist : Adidas, Autodesk, Bourjois, Budget, Clairefontaine, Companeo, CRT Aquitaine, CDT des Landes, Cultura, Dassault Systèmes, FordRent, Fram, Hoaxbuster, Hôtels Mercure, Infolash, Intel, Ipsos, Sud-Ouest, Lafuma, Lastminute.com, Logis de France, Monoprix, New Balance, One Direct, Orange, Oxbow, Pfizer, Puma, RATP, Ravensburger, Reed Business, Société Générale, Solidays...

Informations et actualités : www.dolist.net