

E-mail marketing : Les tests de délivrabilité se démocratisent chez Dolist

Dolist intègre à sa plateforme d'e-mail marketing un panel d'outils pour tester la délivrabilité des campagnes d'e-mailing, renforçant ainsi ses multiples actions menées en faveur de la délivrabilité des messages.

Bordeaux, le 21 décembre 2009 - Les utilisateurs de la plateforme d'e-mail marketing 'Dolist-V8' peuvent désormais tester préalablement le rendu visuel et la délivrabilité de leurs messages e-mails en boîte de réception dans l'objectif d'optimiser facilement la performance de leurs campagnes d'e-mail marketing.

Les outils d'optimisation des messages e-mails enfin accessibles

La délivrabilité est une notion que l'on ne peut plus ignorer en e-mail marketing. Sans précautions particulières, l'annonceur a aujourd'hui de plus en plus de chances d'être considéré comme un spammeur et de voir ses messages bloqués dans les filtres anti-spam.

"Nos clients ont besoin d'outils pour appréhender l'efficacité de leurs opérations. Pour répondre à ce besoin, nous avons intégré à la dernière version de notre plateforme des services de tests de performance. Les outils nécessaires à l'optimisation des messages deviennent enfin accessibles à tous et utilisables en toute autonomie", avance Jean-Paul Lieux, Directeur associé de Dolist.net.

Une réponse aux enjeux majeurs de l'e-mail marketing

Les fonctionnalités intégrées répondent à quatre enjeux majeurs pour les professionnels :

- Assurer de l'homogénéité du rendu visuel du message dans les différents clients de messagerie et webmails en fonction des différents modes de visualisation (images activées ou non, volet de prévisualisation)
- Anticiper la réaction des FAI français, européens et mondiaux face au message grâce à une projection des résultats statistiques des campagnes comme le taux d'aboutissement, le pourcentage de messages bloqués et le taux de spam
- Vérifier le passage du message dans les principaux filtres anti-spam du marché, tels que Spam Assassin, et connaître les éventuelles raisons de blocage
- Garantir la qualité des éléments syntaxiques de l'e-mail : conformité du code HTML, intégrité des liens et de la réputation des noms de domaine et détection des spam words

Concrètement, elles permettent de mettre en exergue les freins majeurs à l'efficacité des campagnes d'e-mail marketing.

Des fonctionnalités au service de l'impact des campagnes e-mailings

Totalement intégrées au processus de réalisation des campagnes d'e-mailing, ces nouvelles fonctionnalités de la plateforme 'Dolist-V8' permettent de réaliser facilement et de manière autonome des tests de rendu visuel (rendering) et de délivrabilité. Pour cela, Dolist a associé le meilleur des technologies reconnues sur le marché (Return Path, Litmus, Pivotal Veracity) à des solutions développées en interne.

Ces fonctionnalités viennent compléter les autres services mis en place par Dolist visant à sensibiliser et à responsabiliser les annonceurs dans leurs pratiques d'e-mailing. Bien que devenus primordiaux, ces outils ne dispensent pas pour autant les annonceurs de travailler sur les autres leviers que sont la qualité des bases de contacts et le ciblage des campagnes.

"Ce dispositif vient s'intégrer dans la politique globale entreprise depuis plus d'un an visant l'accompagnement de nos clients dans leurs pratiques et le renforcement de nos actions en faveur de la délivrabilité telles que notre collaboration avec Signal Spam aux côtés du SNCD, avec le MAAWG ou encore avec Goodmail Systems", conclut Jean-Paul Lieux.

A propos de Dolist

Depuis sa création en 2000, Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, propose des solutions et services d'e-mailing et d'envoi de sms, facilement accessibles par Internet. Grâce à sa plateforme SaaS (Software as a Service) 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 offre également une gamme complète de services, de la sous-traitance de prestations techniques au conseil en stratégie e-mail marketing. Des solutions technologiques sont fournies aux professionnels de la communication et du marketing direct pour le compte de leurs annonceurs.

Plus de 750 clients et annonceurs font confiance à Dolist : Adidas, Altares, Budget, Ciel, Cofinoga, Cultura, Feu Vert, Fram, Hôtels Mercure, Laboratoires Pierre Fabre, Max Havelaar, Mediapart, NRJ Mobile, Orange, Puma, RATP, Reed Business, Sage, Société Générale, WWF...

En 2009, Dolist a été récompensé par le Palmarès Deloitte Technology Fast 50 pour sa forte croissance avec une augmentation de 587 % de son chiffre d'affaires entre 2004 et 2008.

Informations et actualités : <http://www.dolist.net>

Contacts presse

Carine Lennuyeux
Agence RP² Paris
+33 (0)6 84 10 73 02
carine.lennuyeux@rp-aucarre.com

Jean-Paul Lieux
Directeur associé de Dolist
+33 (0)6 89 84 22 52
jpl@dolist.net