

Les collectivités se mettent à l'e-mailing aux côtés de Dolist

Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, met en avant les pratiques des collectivités et autres institutions en matière d'e-mailing. Zoom sur trois expériences clients...

Bordeaux, le 06 janvier 2010 - L'e-mail marketing est un outil jugé particulièrement approprié pour les entreprises. Parmi les avantages, on cite fréquemment des bénéfices en termes de profits, d'accroissement des ventes, de fidélisation de prospects et clients, de développement de notoriété, etc. Mais pourtant, cet outil peut s'avérer également efficace pour rejoindre les objectifs des collectivités locales et autres institutions.

L'e-mail marketing au service de l'information des citoyens

L'envoi de lettres éditoriales répond à un besoin grandissant d'information de la part des administrés sur leur environnement proche. Et c'est un élément que la Ville de Suresnes appréhende avec succès.

L'e-mail marketing est pour elle un moyen de rendre le plus accessible possible l'information auprès de sa population.

Utilisée en complémentarité des autres canaux de communication, tels que le site Internet et les magazines mensuels, la communication par e-mail de la ville de Suresnes est ciblée pour en augmenter la pertinence.

Alors qu'une newsletter éditoriale est adressée tous les mois aux habitants ayant consenti à la recevoir, une communication trimestrielle est quant à elle envoyée aux plus jeunes valorisant les actions du Conseil Communal de la Jeunesse de la ville et les évènements qui les concernent davantage.

"Notre objectif est d'informer certes, mais surtout d'impliquer la population dans la vie locale", témoigne Franck Bourgi, webmestre de la Ville de Suresnes. "L'e-mailing fait désormais partie des outils incontournables pour une ville qui se veut moderne. Il nous permet de créer du lien avec les habitants. Et cela répond à une réelle demande puisque nous obtenons jusqu'à 58 % de taux d'ouverture et 62 % de réactivité avec plus de 99 % de messages aboutis".

"L'e-mailing peut s'avérer techniquement complexe mais avec Dolist, nous ne sommes pas isolés. Nous sommes accompagnés dans nos pratiques et les équipes sont disponibles au moindre besoin", atteste Franck Bourgi.

L'e-mail marketing au service de la mobilisation et de l'information des acteurs professionnels

Certaines institutions ont pris l'engagement de faire vivre le tissu économique d'un territoire et de mobiliser les acteurs professionnels afin d'encourager le dynamisme.

La Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux est un bel exemple allant en ce sens et c'est une approche interactive de l'e-mailing qu'elle met en œuvre. Parmi ses pratiques, on observe l'envoi de différents types d'annonces :

- les conférences thématiques et les moments de réflexion collective autour de sujets d'actualité
- les invitations aux actions professionnelles organisées par la CCI telles que les rendez-vous d'affaires du type speed business
- la sortie de ressources utiles
- les enquêtes afin d'évaluer la réussite, les attentes et besoins des entreprises régionales.

L'e-mail marketing permet à la CCI de Bordeaux de gérer facilement les inscriptions en ligne, de rassembler le réseau professionnel autour de moments d'échanges et de démontrer son implication dans la vie économique locale.

Avec plus de 98 % des messages aboutis, on observe un intérêt croissant des abonnés pour la communication de la CCI de Bordeaux qui obtient une bonne réactivité à ses messages, plus d'un quart des ouvreurs agissant sur ses e-mails.

L'e-mail marketing au service de la promotion des territoires

La promotion d'un territoire est aujourd'hui une nécessité. Que ce soit pour valoriser les aspects touristiques d'une région ou encore pour fédérer les acteurs autour d'un moment ponctuel, de plus en plus d'établissements publics profitent de la flexibilité de l'e-mailing pour mettre en avant leurs points forts.

Un bel exemple de pratique que celui du Comité Départemental du Tourisme de Haute-Bretagne Ille-et-Vilaine (CDT 35) qui cible principalement les populations locales et celles des départements limitrophes. Ses objectifs sont multiples : valoriser les nombreux événements de la région auprès des populations intéressées, développer les séjours touristiques et le tourisme d'affaires et enfin, impliquer la population locale dans la promotion de sa région afin de la positionner comme prescripteur de son propre patrimoine.

Le CDT 35 réalise deux types de newsletters : une lettre d'information mensuelle centrée sur les animations de la région et un e-mailing dédié à la promotion d'événements plus spécifiques et ponctuels. L'e-mailing devient alors un réel outil de fidélisation aux nombreux avantages. Il permet :

- la réservation en ligne lors des événements
- le ciblage géographique et comportemental des campagnes
- une connaissance accrue des abonnés et de leurs centres d'intérêts (qualification des abonnés selon leurs préférences en termes de loisir)
- l'envoi d'informations pertinentes répondant au plus près des attentes et des univers affinitaires des contacts

"Grâce aux conseils de Dolist, nous avons optimisé la qualité de notre base de données et amélioré nos pratiques de segmentation. Rien qu'avec un ciblage pertinent, nous avons déjà gagné 10 % sur les ouvertures de nos e-mailings passant à 26 %. Quant à la délivrabilité des messages, celle-ci dépasse désormais les 98 %", déclare Josiane Ermel, Directrice du Comité Départemental du Tourisme de Haute-Bretagne Ille-et-Vilaine (CDT 35). "La plateforme de Dolist nous offre une précision statistique formidable. Nous avons enfin une réelle visibilité sur nos actions".

L'e-mail marketing n'est donc pas une simple histoire de business ! Son intégration dans les communications institutionnelles et politiques se généralise sous l'effet d'une plus grande demande de proximité et d'échange de la part des différents publics. Et parce que l'image d'un organisme public doit bénéficier de l'utilisation de l'e-mailing et non en pâtir, la valeur de l'accompagnement et du conseil stratégique qui sont proposés par Dolist prend ici tout son sens.

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