

Innovation : Dolist préserve la qualité des campagnes e-mails de ses clients en intégrant sa technologie OPERA

Afin de réguler les pratiques en e-mailing et préserver la réputation de ses clients, Dolist routeur et spécialiste de l'e-mail marketing, équipe sa plateforme Dolist-V8 d'une technologie innovante. Objectifs : respect des bonnes pratiques du secteur et des contacts ainsi que performances accrues des campagnes e-mails.

Bordeaux, le 16 juin 2011 - Face aux difficultés grandissantes que connaissent tous les professionnels de l'industrie de l'e-mail marketing pour assurer à leurs clients des performances de campagnes maximales et éviter les incidents de routage, Dolist est le premier acteur français à innover avec sa nouvelle technologie OPERA (Optimum Predictive E-mail Reputation Activity).

OPERA, la technologie proactive en termes de délivrabilité des messages et de réputation



La délivrabilité est un domaine complexe, spécifique à chaque contexte de routage. Les expéditeurs apprennent bien souvent trop tard que leur réputation et la délivrabilité de leurs messages e-mails sont endommagées, sans pour autant en connaître réellement la raison. La technologie OPERA pallie à ce manque en détectant de manière anticipée les problèmes à venir afin d'agir en conséquence et de proposer la meilleure stratégie possible aux expéditeurs en difficulté.

Grâce à un algorithme d'analyse complexe développé et perfectionné par les équipes Dolist, OPERA permet de déduire la qualité des actions de communication des utilisateurs de la plateforme Dolist-V8 et de détecter dans le temps les conditions et méthodes de travail d'un client. Ce calcul se base sur l'IGQ, ou Indice Global de Qualité (voir encadré ci-contre), sur l'analyse constante et dynamique des milliards de données transitant via la plateforme depuis plus de 10 ans et sur les règles incontournables de l'industrie de l'e-mail marketing.

La raison d'être d'OPERA : réguler les pratiques en e-mail marketing

Alors que les acteurs de l'industrie de l'Internet (FAI, opérateurs de filtres anti-spam, etc.) durcissent de plus en plus fortement leurs règles pour endiguer le fléau qu'est le spam, les acteurs du routage e-mail subissent également une plus grande pression de la part de l'industrie et doivent aussi participer à leur niveau à la régulation des envois de communications par e-mail.

C'est dans cette optique que Dolist propose depuis plusieurs mois la technologie OPERA à ses clients. Parmi les enjeux :

- contrôler automatiquement et en temps réel l'ensemble des actions menées sur la plateforme Dolist-V8 et éviter toutes formes d'abus de la part des utilisateurs,
- préserver la qualité de l'infrastructure technique afin de faire bénéficier aux clients d'une solution de routage saine et efficace en permanence,
- protéger la réputation des expéditeurs en prévenant tout risque de blacklisting ou autre situation délicate via une attitude et des actions proactives,
- accompagner et encadrer les pratiques des utilisateurs de la plateforme Dolist-V8 afin qu'ils ne voient pas leurs campagnes e-mails assimilées à du courrier indésirable et afin de rendre efficaces et pérennes leurs communications par e-mail.

La version 'rapprochée' de l'accompagnement client

Pour chaque nouvel utilisateur de la plateforme Dolist-V8, OPERA initialise un premier routage dans un environnement de protection maximale. En fonction de la qualité de ce dernier, il élabore un scénario proposant les meilleures conditions pour les routages suivants.

L'IGQ, l'indicateur de la qualité des campagnes e-mails

Réservé aux utilisateurs de la plateforme d'e-mailing Dolist-V8, l'IGQ (Indice Global de Qualité) a pour vocation d'évaluer rapidement la réussite des campagnes d'e-mail marketing et la qualité du routage dans le temps. Il permet de détecter rapidement les dysfonctionnements liés à une campagne et facilite la mise en place d'actions correctrices.

L'IGQ est un indicateur composite qui se base sur divers paramètres des campagnes envoyées (ouvertures, clics, plaintes, désinscriptions, retours, etc.). Le score qui en découle, proposé sur une échelle de 100 points, s'appuie sur les éléments jugés importants pour la réussite d'une campagne et sur le respect des bonnes pratiques de l'e-mail marketing.

L'évolution des pratiques dans le temps fait également partie des éléments pris en compte par l'IGQ. Après une période d'apprentissage, le résultat de l'IGQ est totalement représentatif des actions de routage menées.

En cas d'incident, OPERA va tout d'abord exécuter automatiquement un 'plan de secours' visant par exemple à réguler les flux d'envoi ou encore à imposer des règles de segmentation de la base. L'utilisateur de la plateforme Dolist-V8 est alors informé immédiatement par e-mail ou sms et est invité à réagir rapidement avant que l'incident ne prenne de plus graves proportions. Il est ensuite guidé dans ses pratiques pour tendre vers une meilleure réputation. Cela passe notamment par une gestion efficace de sa base de données, une meilleure connaissance des attentes de ses contacts, la mise en place d'actions engageantes et le respect de l'ensemble des bonnes pratiques de l'e-mail marketing.

Toutefois, dans le cas où OPERA détecte des incidents répétitifs et où les actions préconisées sont ignorées de l'expéditeur, les 'plans de secours' se transforment en restrictions pouvant même aboutir à une interdiction totale de routage.

L'ensemble de ce dispositif est par ailleurs soutenu par les équipes Dolist, entièrement mobilisées pour assister et accompagner les clients lors de ces situations pouvant s'avérer compliquées.

"Cette technologie est à l'heure actuelle unique et spécifique à Dolist. Si nous comprenons que l'e-mailing est un métier demandant de nombreuses connaissances dans divers domaines, nous avons rassemblé dans OPERA le meilleur de notre savoir-faire, assurant ainsi à nos clients une quiétude productive, sécurisée par un réel accompagnement professionnel", conclut Denis Olivier, Directeur associé en charge de la Recherche & du Développement de Dolist.

A propos de Dolist

Créée en 2000, Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, propose des solutions et services d'e-mailing, d'envoi de sms et d'e-mails transactionnels. Disponibles 24h/24 et 7j/7 via Internet, ses deux plateformes SaaS (Software as a Service), Dolist-V8 et Dolist-EMT, fournissent aux annonceurs tous les outils nécessaires à la réalisation de leurs opérations d'e-mail marketing. Dolist offre également une gamme complète de services, de la sous-traitance de prestations techniques au conseil en stratégie e-mail marketing.

Plus de 850 clients et annonceurs font confiance à l'équipe Dolist, aujourd'hui composée d'une quarantaine de collaborateurs : Agence Nationale des Services à la Personne, Beezik, Ciel, CRT Aquitaine, Cultura, Feu Vert, Fondation l'Abbé Pierre, Hachette, Laboratoires Pierre Fabre, Max Havelaar, New Look, NRJ Mobile, Orange, Pfizer, RATP, Sage, Société Générale, Voyages Auchan...

Informations et actualités : www.dolist.net

Contacts presse

Carine Lennuyeux

RP² Paris

+33 (0)6 84 10 73 02

carine.lennuyeux@rp-aucarre.com

Gaëlle Guillocheau

Responsable Presse & Information Dolist

+33 (0)6 58 35 43 10

g.guillocheau@dolist.net