

## Millésima pilote sa stratégie d'e-mail marketing avec les technologies Dolist

Millésima, leader de la vente de grands crus et de grands vins, fait confiance aux plateformes d'e-mail marketing Dolist-V8 et Dolist-EMT pour acquérir de nouveaux contacts et fidéliser ses clients.



Bordeaux, le 5 juillet 2011 - Millésima, e-commerçant spécialisé dans la vente de grands crus à l'échelle internationale, gère aujourd'hui sa stratégie d'e-mailing via les deux plateformes complémentaires de Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing. Alors que la plateforme d'e-mailing Dolist-V8 permet principalement à Millésima de développer ses ventes depuis début 2010, la plateforme Dolist-EMT dédiée à l'e-mail transactionnel, l'accompagne depuis 6 mois dans ses objectifs de fidélisation.

### Une stratégie multicanale pour développer les ventes

Générer du trafic sur le site Internet et augmenter les ventes, voici les objectifs qui ont poussé Millésima à coupler mailing papier et e-mail marketing à chaque action de communication. Un choix stratégique qui lui permet de toucher un maximum d'amateurs de vin, tout en profitant d'un fort effet de mémorisation et du coût avantageux de ces deux techniques.



"Avec la plateforme Dolist-V8, les bonnes pratiques incontournables de l'e-mailing telles que l'entretien et la segmentation de notre base de 61 000 contacts actifs, le ciblage ou encore l'analyse des performances sont simples et rapides à mettre en œuvre", explique Anne Dupau, webmaster et gestionnaire des campagnes e-mails de Millésima.



Alors que des campagnes promotionnelles, informatives et vidéo sont privilégiées pour ses clients, Millésima opte pour une stratégie moins commerciale auprès de ses prospects. Recrutés via le site Internet ou les partenariats, ces contacts reçoivent des messages purement informatifs sur la société visant à développer en premier lieu leur attachement à la marque.

"L'optimisation de la qualité et de la délivrabilité de nos messages nous permet d'obtenir plus de 99% d'e-mails aboutis. Cela couplé au choix des meilleurs moments d'envoi - le mardi et le jeudi matin pour notre activité - nous arrivons à atteindre plus de 36% de réactivité. Au final, 1€ investi dans des campagnes e-mails destinées à nos clients nous rapporte dernièrement plus de 56€ de chiffre d'affaires", détaille Anne Dupau.

### L'e-mail transactionnel au service de la fidélisation client

Grâce à un système d'API en web-services, Millésima a intégré la plateforme Dolist-EMT à son site de e-commerce, lui-même géré par la solution open source Magento, leader sur ce marché.

La plateforme Dolist-EMT permet à Millésima d'envoyer automatiquement plus d'une dizaine de types d'e-mails transactionnels : confirmations de commande, avis d'expédition de colis ou encore facturation. D'autres messages de service ont aussi été mis en place tels que les confirmations d'inscription à la newsletter ou le partage de listes de cadeaux.

"D'une manière générale, la plateforme Dolist-EMT nous assure de la bonne délivrabilité et consultation des messages. Nous avons à l'heure actuelle plus de 99,5% de taux d'aboutissement", développe Anne Dupau. "Notre objectif est de renforcer la satisfaction de notre clientèle. Par exemple, nous avons mis en place des alertes Primeurs, envoyées automatiquement aux clients l'ayant spécifié dans leur centre de préférences. C'est un moyen de gagner du temps tout en répondant aux attentes de nos clients".

Millésima, qui gère une activité internationale, peut également s'appuyer sur les capacités multilingues de la plateforme Dolist-EMT et envoyer des messages personnalisés auprès de ses principaux pays clients en adaptant une part de contenu à la région géographique de chaque contact.

"Pour atteindre ces performances avec les technologies Dolist, la formation initiale a été très utile et m'a même permis d'apprendre les bonnes pratiques de l'e-mail marketing. Le support client est toujours disponible si j'ai une question et Dolist met en plus à ma disposition plusieurs sites d'information et de conseils pertinents", conclut Anne Dupau.

### A propos de Millésima

Fondée en 1983 à Bordeaux, Millésima est le leader de la vente de grands crus et de grands vins. Spécialisée dans la vente de vins en Primeurs, la société propose plus de 6 000 références en livrables. 2 500 000 bouteilles vieillissent lentement dans leurs chais. Les meilleurs millésimes des 15 dernières années des châteaux qui ont fait la légende de Bordeaux mais aussi des vins de Bourgogne, Vallée du Rhône, Alsace, Champagne et d'autres régions françaises. Millésima, c'est également 300 000 livraisons et 61 000 clients dans 100 pays.

Pour plus d'information : [www.millesima.fr/?store=fr\\_FR](http://www.millesima.fr/?store=fr_FR)

### 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](http://www.dolist.net)

### Contacts Presse

Carine Lennuyeux  
RP<sup>2</sup> Paris  
+33 (0)6 84 10 73 02  
[carine.lennuyeux@rp-aucarre.com](mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com)

Gaëlle Guillocheau  
Responsable Presse & Information Dolist  
+33 (0)6 58 35 43 10  
[g.guillocheau@dolist.net](mailto:g.guillocheau@dolist.net)