

Livre blanc « E-mail & réseaux sociaux » : les bonnes pratiques selon Dolist



Dolist sort un nouveau livre blanc destiné aux professionnels de la communication portant sur les opportunités de couplage de l'e-mail marketing et des réseaux sociaux et fait également évoluer ses outils et prestations en ce sens.

Bordeaux, le 8 septembre 2011 - Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, propose en téléchargement gratuit le fruit de son expertise et de ses recherches sur les bonnes pratiques à mettre en place pour saisir les bénéfices d'une communication couplant e-mailing et réseaux sociaux.

Vers une communication plus sociale

Voilà plusieurs années que tous les experts s'accordent à dire que le webmarketing est en pleine métamorphose. Les premières orientations très unilatérales du eMarketing n'ont pu résister à la « soif de liberté » des internautes. Ainsi, les internautes ont entamé leur révolution pour, petit à petit, renverser la domination des marques dans les médias. Les outils online ont suivi ces aspirations « sociales » et sont ainsi apparus les forums, blogs et réseaux sociaux.

Aujourd'hui, les entreprises ne peuvent plus être dans une dynamique de création de discours unique diffusé massivement, au risque de subir un tôle de la part de leurs contacts. Elles peuvent cependant ouvrir des discussions, inciter au dialogue et orienter les échanges. Développer les synergies entre les outils de communication on et/ou offline, donner la parole aux internautes... Le webmarketing s'est adapté pour devenir plus « social » ou, autrement dit, plus « acceptable » pour les internautes. Et c'est dans ce mouvement global que Dolist invite les professionnels à la réflexion : comment rendre l'e-mail marketing plus social ?

10 conseils pour une stratégie d'e-mailing social performante

Alors que le phénomène social tend vers une généralisation et fera donc bientôt partie intégrante de toutes les stratégies marketing, Dolist propose donc un accompagnement à la mise en place d'une stratégie d'e-mailing social à travers 10 conseils pratiques et stratégiques, accessibles à toutes les organisations. Ainsi, ce livre blanc a notamment pour objectifs de :

- faciliter l'appropriation de l'environnement social online pour mieux y développer sa présence,
- utiliser cette synergie comme levier d'acquisition de fans et de contacts opt-in,
- développer l'impact des campagnes d'e-mail marketing en y intégrant des fonctionnalités sociales,
- mettre en place des animations-rebonds entre les deux canaux,
- interagir et impliquer les contacts dans une optique de développement de l'engagement,
- mesurer l'impact des campagnes d'e-mailing social.

Le potentiel de l'e-mailing social

- **20 millions de socionautes** en France, soit 78% des internautes (*IFOP 2010*)
- **Des canaux privilégiés** : e-mail et réseaux sociaux, des occupations quotidiennes pour respectivement 72% et 46% des internautes (*IFOP 2010*)
- **Une forte consommation d'e-mails chez les socionautes** : 42% des socionautes vérifieraient leurs messages e-mails 4 fois par jour ou plus, contre 27% pour les non socionautes (*Merkle 2010*)
- **Des canaux complémentaires** : 57% des abonnés à un programme e-mail de la tranche d'âge 18-24 ans sont fans d'une marque sur Facebook (*Exact Target 2010*)
- **Une nature virale** : les réseaux sociaux, un fort potentiel d'amplification des contenus des messages e-mails
- **De fortes performances** : les liens sociaux intégrés dans un message permettraient d'améliorer jusqu'à 55% le taux de clic d'une campagne d'e-mail marketing (*GetResponse 2010*)

"La tendance sociale touche désormais l'ensemble du webmarketing, e-mail compris. En parallèle du livre blanc, nous proposons désormais de nouveaux outils sur la plateforme Dolist-V8 ainsi que des prestations d'accompagnement visant à mettre en synergie le canal e-mail et les réseaux sociaux", dévoile Jean-Paul Lieux, directeur associé de Dolist.

> Livre blanc en téléchargement gratuit : www.dolist.net/email-social

> Présentation en avant-première au salon E-Commerce Paris : [conférence le 13 septembre à 11h \(salle S6\)](#)

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.quillocheau@dolist.net