

Une société du Groupe Vecteur Plus



Comment réussir sa stratégie d'e-mail marketing ?

La qualification des bases commerciales et l'amélioration du ciblage des actions marketing sont de véritables facteurs de performance. Comment obtenir une bonne délivrabilité des messages ?

L'e-mail marketing est un outil complexe pour lequel l'expertise de spécialistes peut s'avérer une aide non négligeable. Aussi, Comm'Back et iProspects organisent le 10 mai 2011 un petit déjeuner pour aider les entreprises à améliorer la performance de leurs e-mailings.

Qualité des bases de données, ciblage et personnalisation des campagnes, intégration multicanal : les diverses bonnes pratiques, cruciales à mettre œuvre, seront abordées.

La qualité des bases de données, un levier de performance important

La réussite d'une opération e-mailing passe par des fichiers de contacts qualifiés et entretenus.

Quel type de fichier choisir en fonction de quels objectifs ? Comment segmenter ses campagnes et optimiser son R.O.I. ?

Comm'Back, 1er éditeur de Bases de données BtoB dédiées au marché informatique et télécom IT, permet aux annonceurs d'augmenter la réceptivité des messages en optant pour une approche qualitative basée sur des données vérifiées auprès des décideurs.

En détectant des cibles IT parfaitement identifiées, Comm'Back propose aux annonceurs des informations directement exploitables pour mieux connaître ses abonnés et satisfaire leurs attentes.

L'e-mailing, un canal rentable et efficace

Augmenter le nombre de contacts commerciaux et les taux de transformation grâce à une stratégie d'e-mail marketing efficace, tels sont les objectifs prioritaires des annonceurs. iProspects en a fait son cheval de bataille. Ce spécialiste du marketing B2B online dédié à la génération de leads, présentera les enjeux, avantages et tactiques de mise en œuvre pour coupler l'email aux principaux canaux online de génération de trafic et de leads (Intégration médias sociaux, Intégration search marketing - SEO, SEM).

Scénario de lead nurturing, analyse comportementale, cycle de décision d'achat b2b... pour conduire les prospects vers la décision d'achat, les clés de l'email comme support relationnel du lead management seront dévoilées.

L'e-mailing marketing IT performant : partez sur de bonnes bases.

Au programme du Petit déjeuner

Le petit-déjeuner permettra de répondre aux questions suivantes :

- Faut-il préférer une base de données qualifiée ?
- Comment optimiser le taux de transformation des e-mailings ?
- Comment favoriser l'intégration multicanal ?

Informations pratiques

Mardi 10 Mai 2011, salon de thé LADUREE.

Agenda sur le site de Comm'Back, www.comm-back.fr

INSCRIPTION OBLIGATOIRE

En savoir plus

Comm'Back

Société créée en 1994, Comm'Back est le 1^{er} éditeur français de solutions dédiées au développement des ventes sur le marché informatique et télécom : Bases de données, Leads et Phoning.

La diversité des offres de services de Comm'Back et son expertise des marchés IT lui permettent d'apporter une réponse adaptée à chaque problématique Client et en font un partenaire privilégié en matière de marketing direct.

Comm'Back fait partie du Groupe Vecteur Plus, leader français de la veille commerciale sur les marchés publics et privés. L'ambition de Vecteur Plus est d'accompagner les entreprises de l'IT dans leur conquête des marchés publics et privés.

iProspects

Première agence spécialisée dans le marketing B to B et la conquête clients online, iProspects accompagne les acteurs du B to B (PME et grands comptes), en France et en Europe, dans l'élaboration de stratégies de génération de leads et de lead management. Pour en savoir plus : www.iprospects.fr

Contact Presse

Muriel Foucher, muriel.foucher@murielfoucherconseil.fr

Responsable Marketing et Communication Vecteur plus - Comm'Back

Claire-Anne Hervy, 02 51 11 26 89, claire-anne.hervy@vecteurplus.com

www.comm-back.fr - www.emi-group.com