

Séminaire : Optimiser la délivrabilité des e-mails

Le 4 Juillet 2008, Darwin Interactive organise un séminaire pour expliquer aux annonceurs comment optimiser la délivrabilité¹ de leurs campagnes d'e-mailing. Animé par Olivier Trubert, directeur de l'agence et Georges-Edouard Legré, traffic manager, ce séminaire se déroulera à l'hôtel Novotel sur le Vieux Port de Marseille à partir de 9h.

L'importance accrue des campagnes d'e-mails dans les stratégies marketing des entreprises et les contraintes techniques auxquelles elles sont actuellement confrontées (SPAM, Blacklistage...) font de cette thématique une véritable problématique.

L'e-mailing peut être considéré comme le moyen le plus rentable pour recruter et fidéliser une clientèle lorsqu'il est utilisé à bon escient. C'est pourquoi Darwin Interactive offre son analyse sur le sujet en sa qualité d'expert en solutions e-marketing. En effet, de nombreuses règles sont à connaître et à appliquer.

Ce rendez-vous permettra aux participants de découvrir les nouvelles méthodes d'optimisation des campagnes d'e-mailing afin de les exploiter dans leurs futures stratégies marketing.

Illustré par de nombreux exemples puisés à même les campagnes de ses clients, ce séminaire exprime la volonté de l'agence de maintenir son crédo du sur-mesure et d'apporter à chaque client un service de qualité.

Pour tout renseignement supplémentaire, merci de contacter Olivier Trubert.

A propos de Darwin Interactive :

La dynamique Darwin Interactive fédère l'ensemble des métiers du e-marketing. Le succès de ses activités en constante évolution lui permet d'acquérir de nombreux annonceurs majeurs en France et à l'étranger.

Créée en 2003, l'agence de marketing online est implantée à Paris et Marseille. Darwin Interactive répond aux besoins des entreprises qui développent une stratégie d'affaires sur Internet en offrant un panel de solutions e-marketing. Tout comme Charles Darwin dans sa théorie, l'agence a bien compris qu'à l'origine de l'évolution il y a l'adaptation.

Flexible, réactive, interactive l'agence ne réalise que du sur-mesure et intervient auprès de nombreuses marques telles que GE Money Bank, SFR, Casino, Verbaudet ou encore Boucheron.com.

Spécialisée dans le marketing à la performance, Darwin Interactive a été élue 3^{ème} meilleure agence d'affiliation en 2007².

Le cœur de métier de l'agence est dans sa mise en œuvre, toujours une exclusivité Darwin Interactive.

¹ Fait d'optimiser l'envoi et la réception des e-mails

² Source : Webmasterclub.fr.