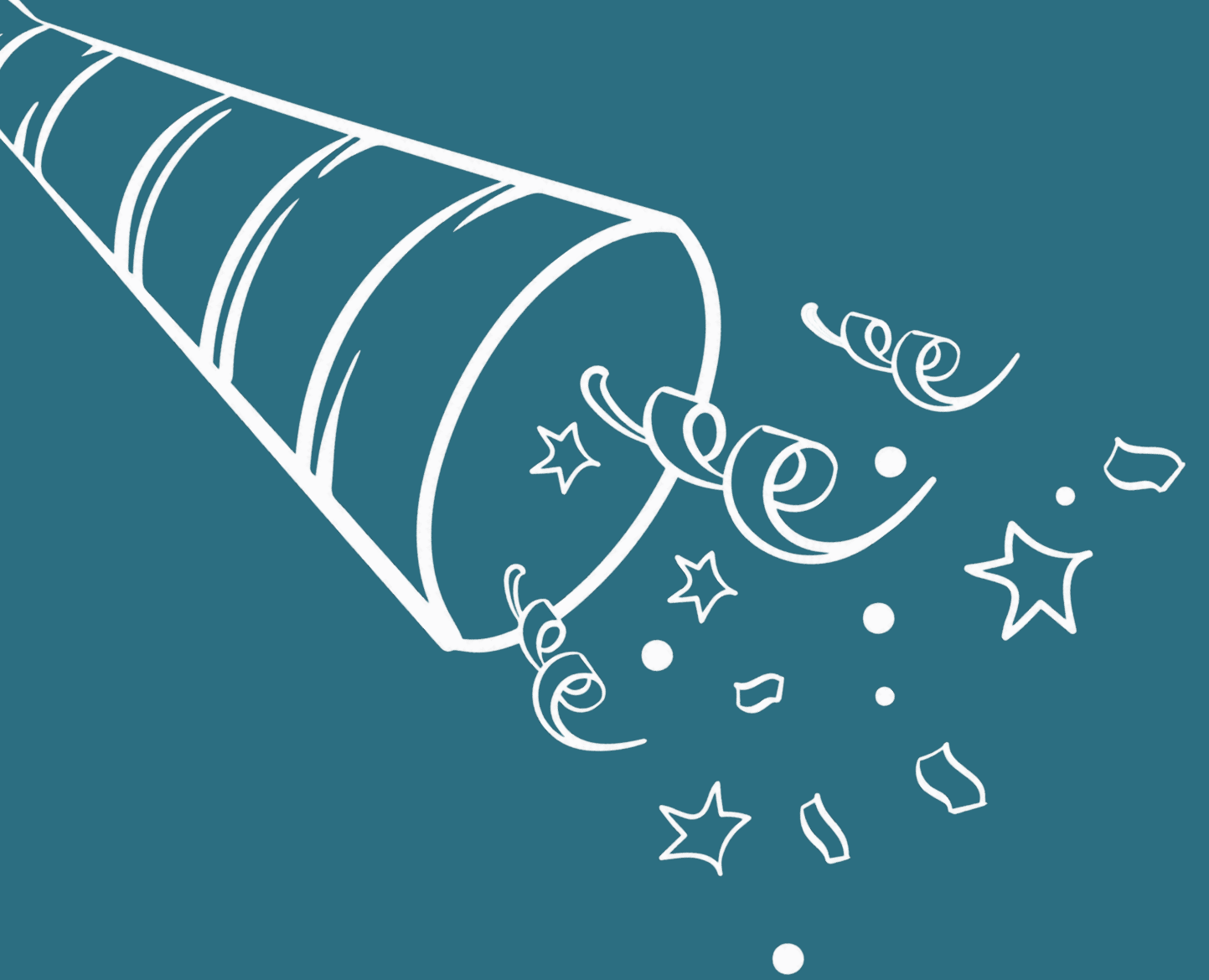


Ce qu'il faut retenir



EM **DAY**

22 mai 2023
10ème édition



L' emailing au cœur de la communication de crise : l'exemple de l'ONG Baroudeurs de l'Espoir suite au séisme en Syrie.

Anne-Laure Adam
Responsable communication
Baroudeurs de l'Espoir

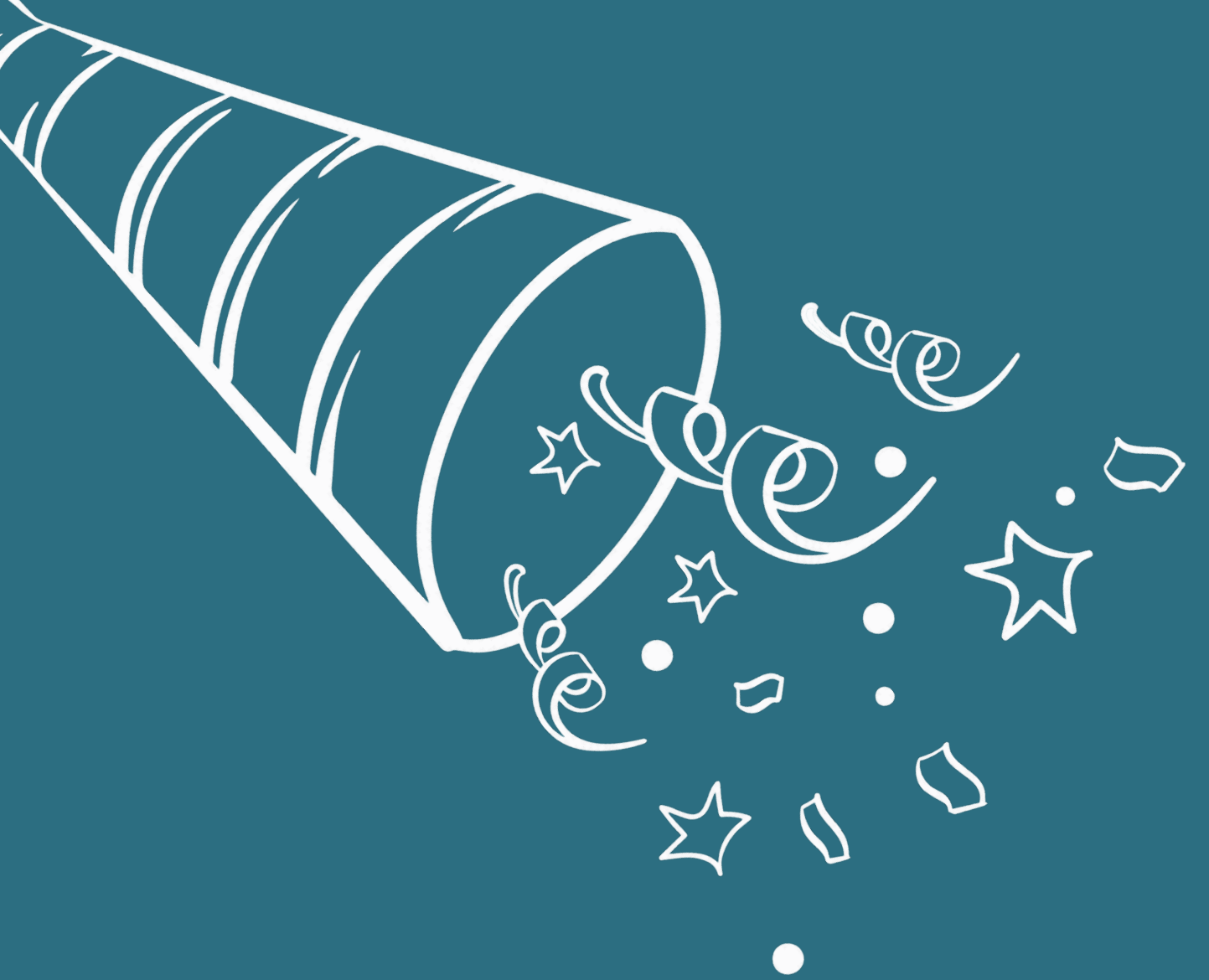
Sacha Souffran
Responsable SI
Baroudeurs de l'Espoir



A RETENIR !

Les emailing peuvent rapporter gros s'ils ne sont pas baclés et intégrés dans une stratégie de communication globale.

Le ROI était meilleur en emailing qu'en SMS.



Est ce que devenir son propre routeur c'est ROIste ou héROIque ?

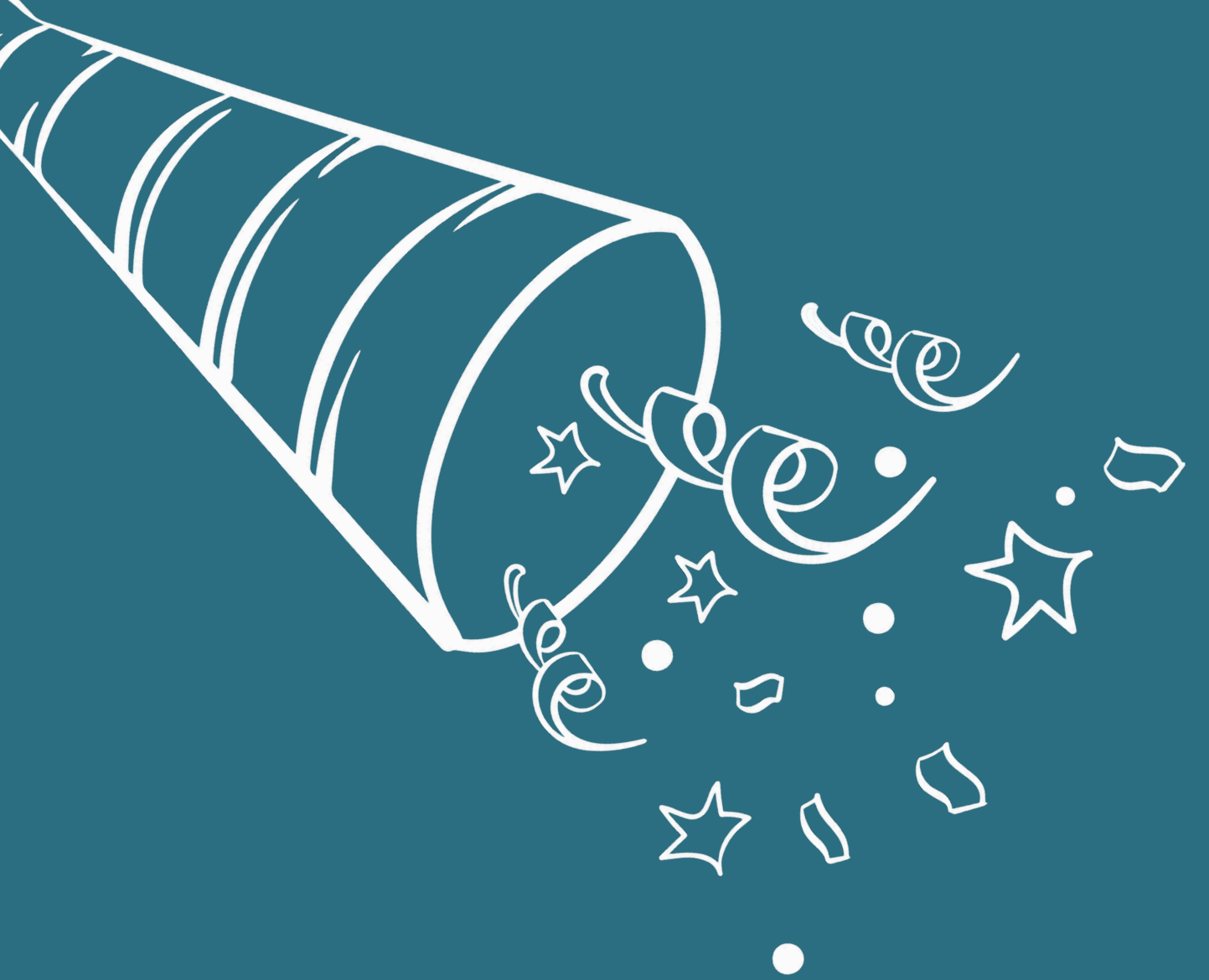
Laurent Garnier
Directeur Délivrabilité
NP6 by Chapsvision

Yves-Marie Le Pors Chauvel
Ingénieur délivrabilité
Postmastery



A RETENIR !

Il y a 3 points à prendre en compte pour choisir entre passer par un routeur externe ou internaliser le routage : la sécurité, les coûts et la flexibilité.



UX Email :

Les bonnes pratiques pour augmenter votre impact et vos taux de clics.

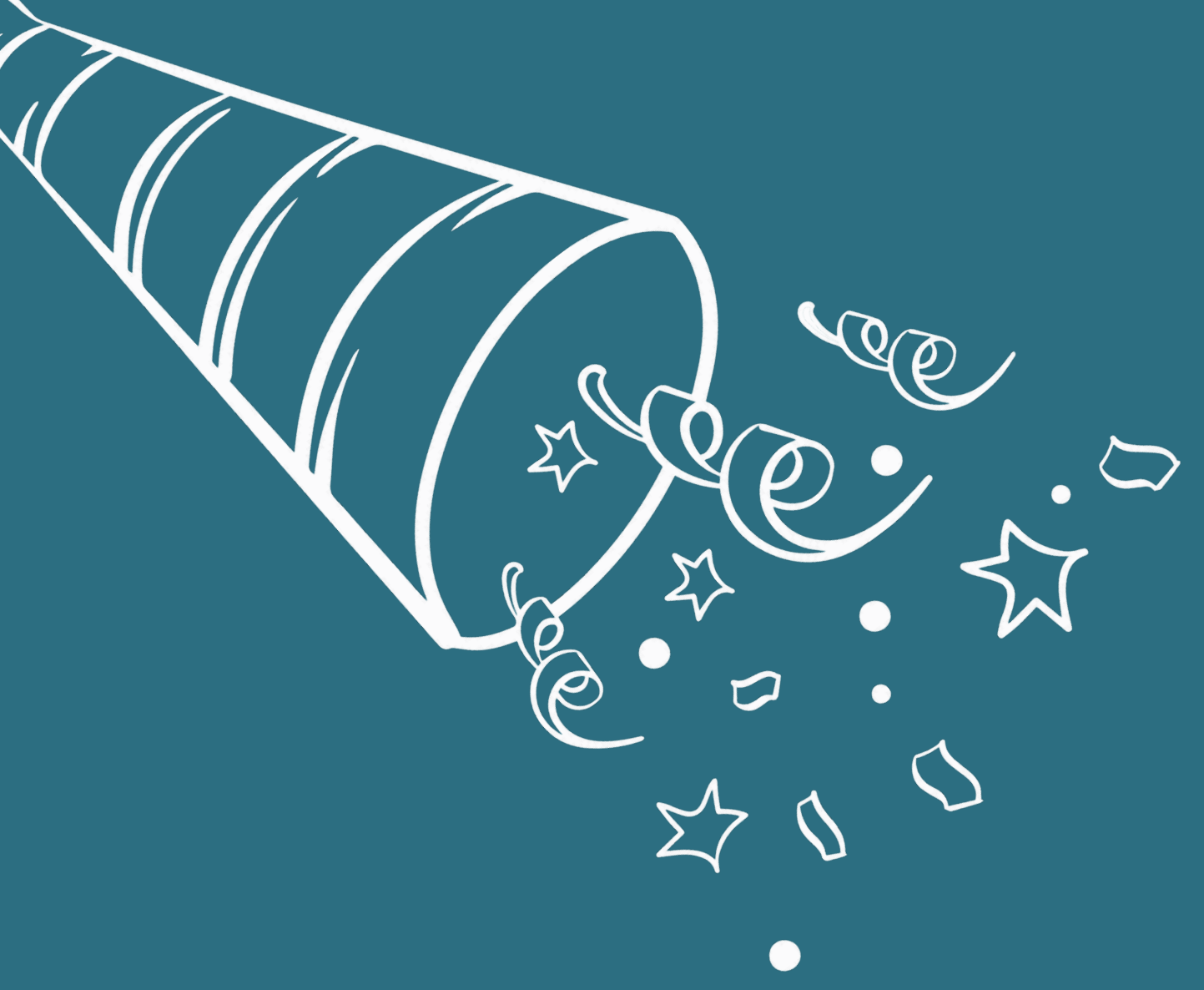
Gabriel Gastaud
Fondateur
Viaretina



A RETENIR !

L'attention de vos clients est précieuse et limitée. Vos emails doivent être accessibles, clairs, concis et orientés vers l'action.

L'expérience que vous proposez est avant tout visuelle, ouvrez les yeux et soyez pragmatiques !



Conférence "Cookies & Tracking, j'ai droit à quoi en marketing automation ?

Romain Bessuges-Meusy
CEO
Azeptio



A RETENIR !

La réglementation en matière de DCP est là pour durer et son périmètre va s'étendre.

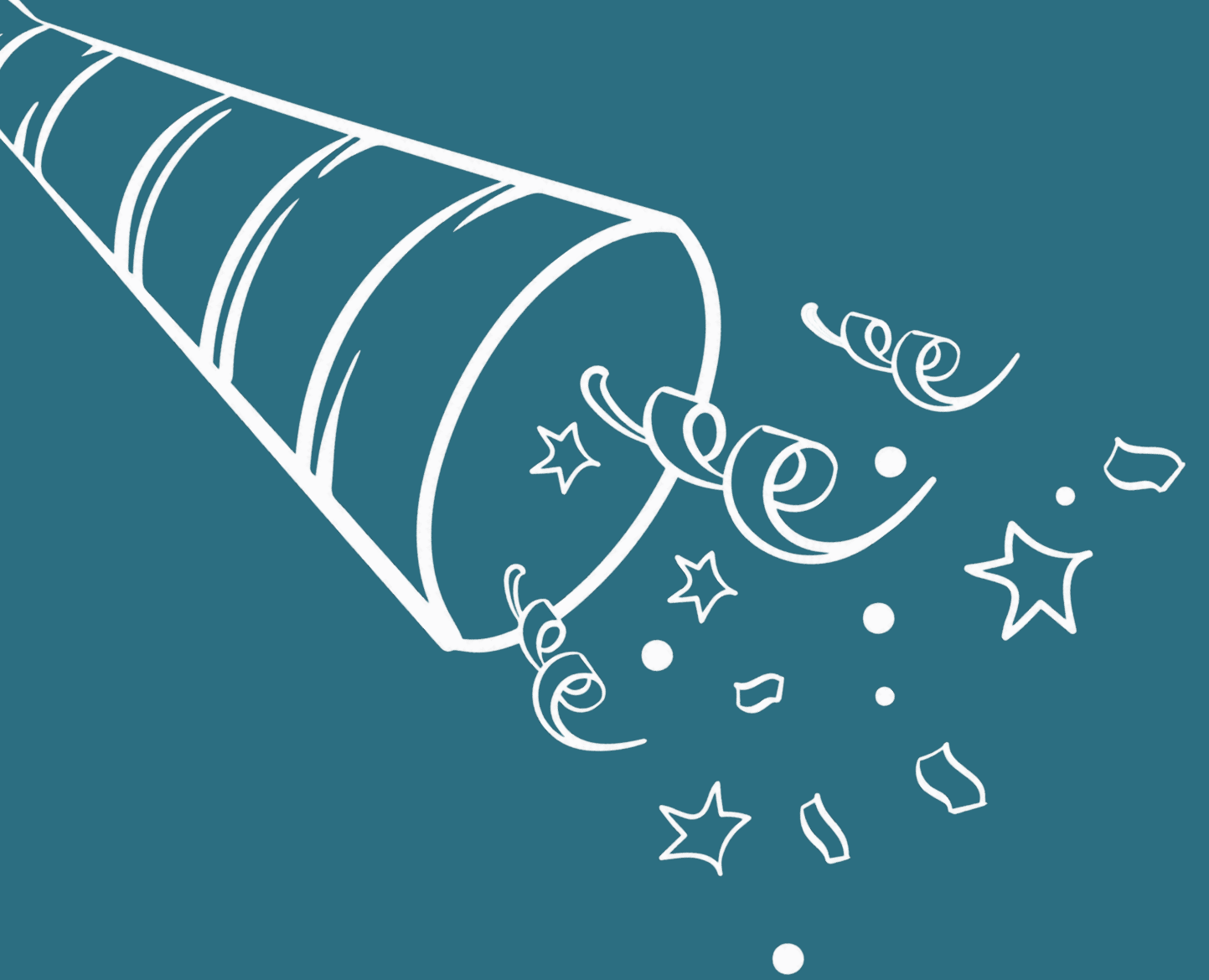
Les exigences de consentement s'appliquent au B2B et au B2C, même si des subtilités subsistent.

La fragmentation des DCP entre les outils nécessite de penser le consentement comme une pièce centrale.

Opt-in cookie et e-mail sont les angles d'attaque privilégiés des plaignants à la CNIL.

L'adhésion des internautes au tracking est fragile et l'industrie scie la branche sur laquelle elle est assise.

L'avenir du site web et de l'e-mail marketing est remis en question par les IA et autres assistants, autant s'y préparer.



Coldemail, datas et RGPD

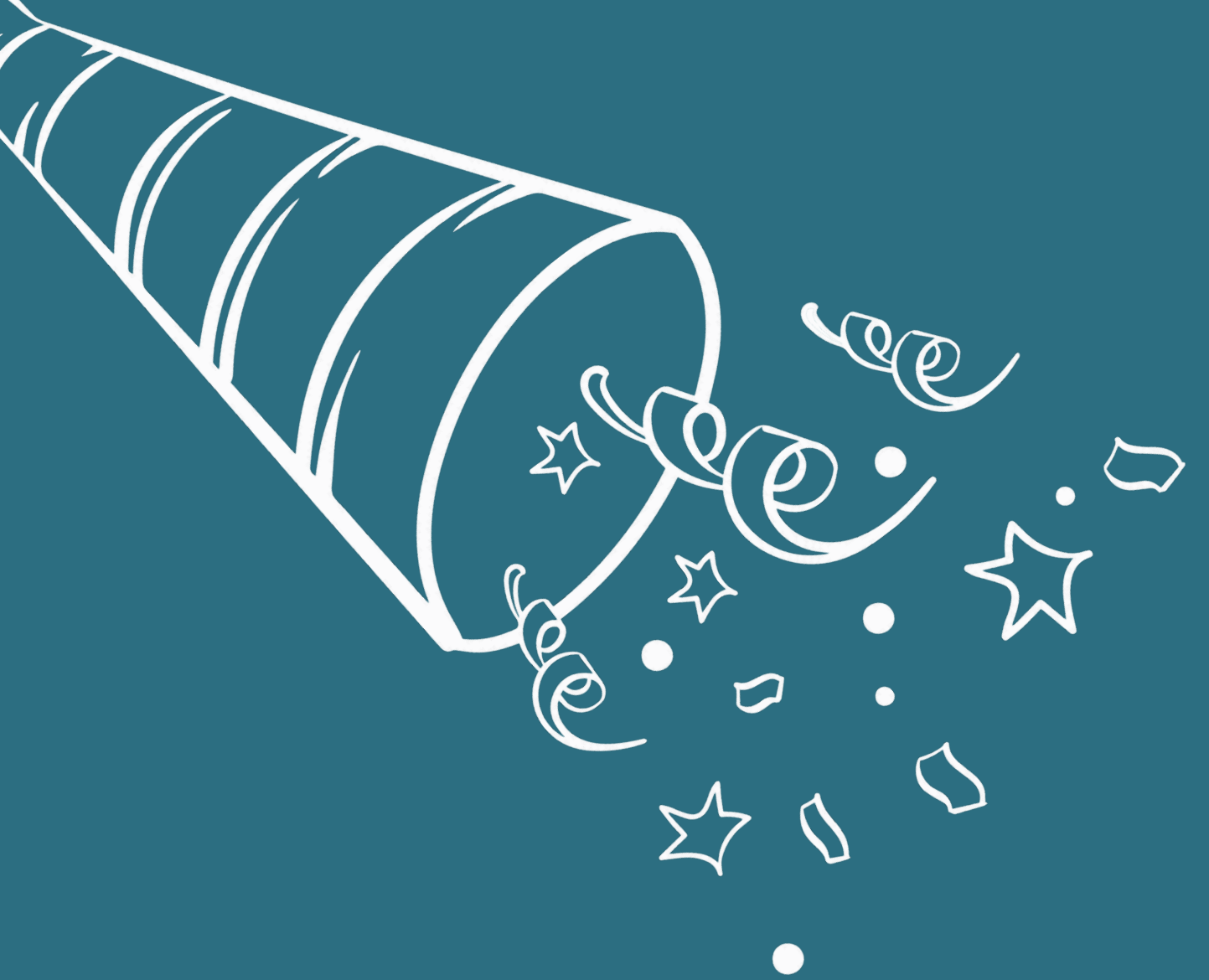
Denis Cohen
CEO
Dropcontact

Bruno Fridilansky
Fondateur
Consonaute



A RETENIR !

Le Cold Email c'est comme l'Emailing Cela reste du spam si c'est mal fait Mais bien ciblé et bien fait... c'est parfait !



Comment Appart'City a augmenté l'efficacité de ses campagnes emailing grâce à Deebr et à l'IA Générative ?

Florian Risi

Responsible Marketing

Appartcity

Eric Sabine

CEO

Deebr

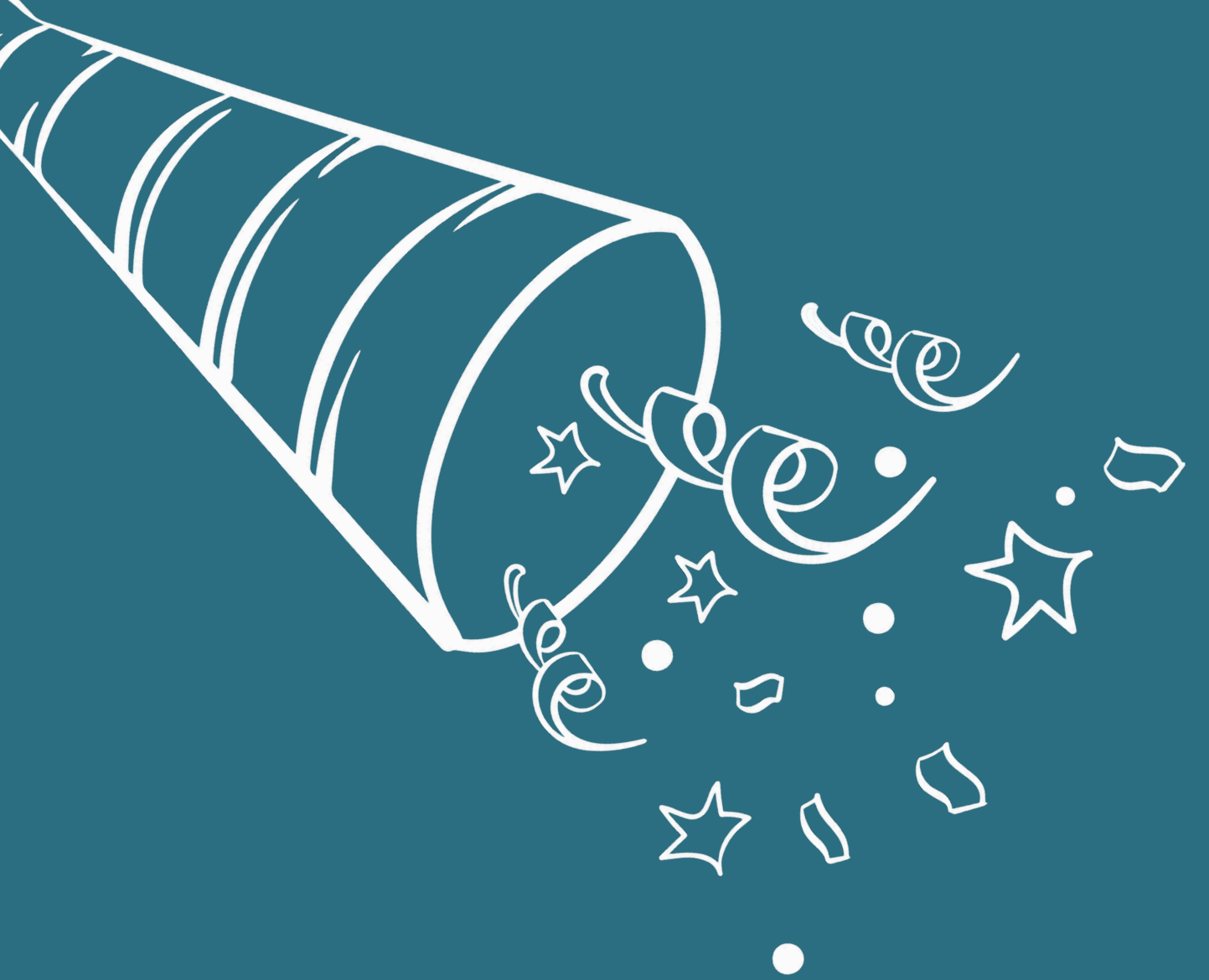


A RETENIR !

La data combinée à l'IA peut permettre un gain de temps dans la réalisation des campagnes.

Elle permet une augmentation de la performances des audiences, grâce à plus de personnalisation et une ainsi une amélioration de la satisfaction client.

Un contrôle humain reste tout de même obligatoire avant de déclencher les campagnes



Sécurité de l'e-mailing : où en est-on avec SPF, DKIM et DMARC sur le .fr ?

Lotfi Benyelles
Head of Consulting
Afnic

Marc van der Wal
Ingénieur R&D
Afnic



A RETENIR !

SPF est plutôt bien déployé en France, avec peu d'erreurs.

Il y a encore des progrès à faire sur le DKIM.

DMARC est très peu déployé et le passage à "p=reject" encore jugé risqué.



**Echanges avec les plateformes
d'affiliation et les spécialistes
de l'acquisition...
Quelle évolution un an après ?**

Axelle Allouch

Responsable cellule abuse

Orange

Minh Ha NGuyen

Secrétaire Générale

Signal Spam

Stéphane Decamps

Responsable anti abuse

Vade



A RETENIR !

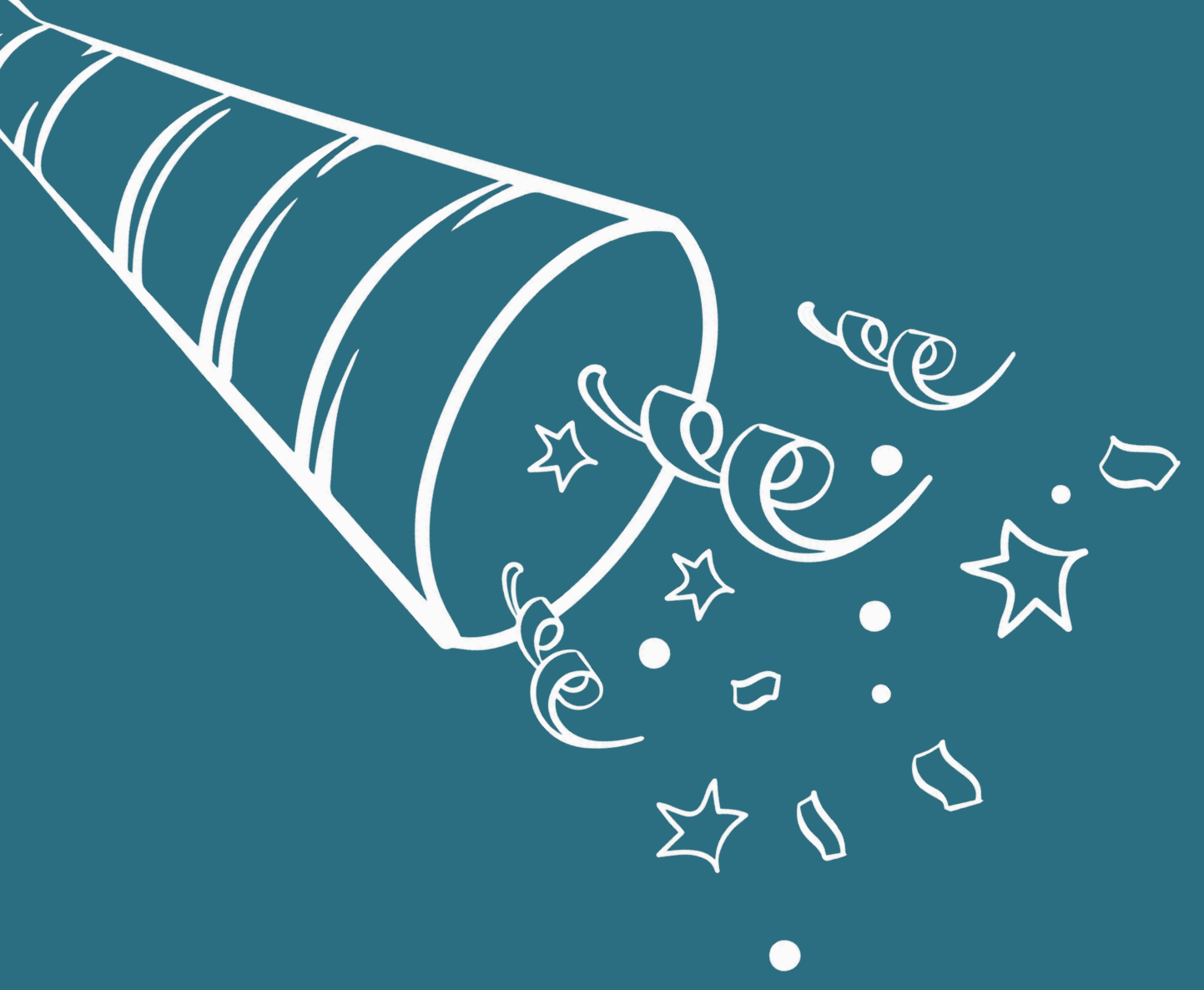
Il y a encore du travail. Le message a du mal à passer auprès de tous. Voici les solutions à mettre en oeuvre.

1 seul From (display name + adresse) et un domaine explicite.

Héberger une page sur le domaine d'envoi qui renseigne sur l'obtention de l'optin.

Annoncer la marque bénéficiaire en début de sujet, entre [].

Proposer un preference center et un désabonnement global.



The ins and outs of Spamhaus

Annalivia Ford

Remediation and Outreach Lead

Spamhaus

Carel Bitter

Head of data

Spamhaus



A RETENIR !

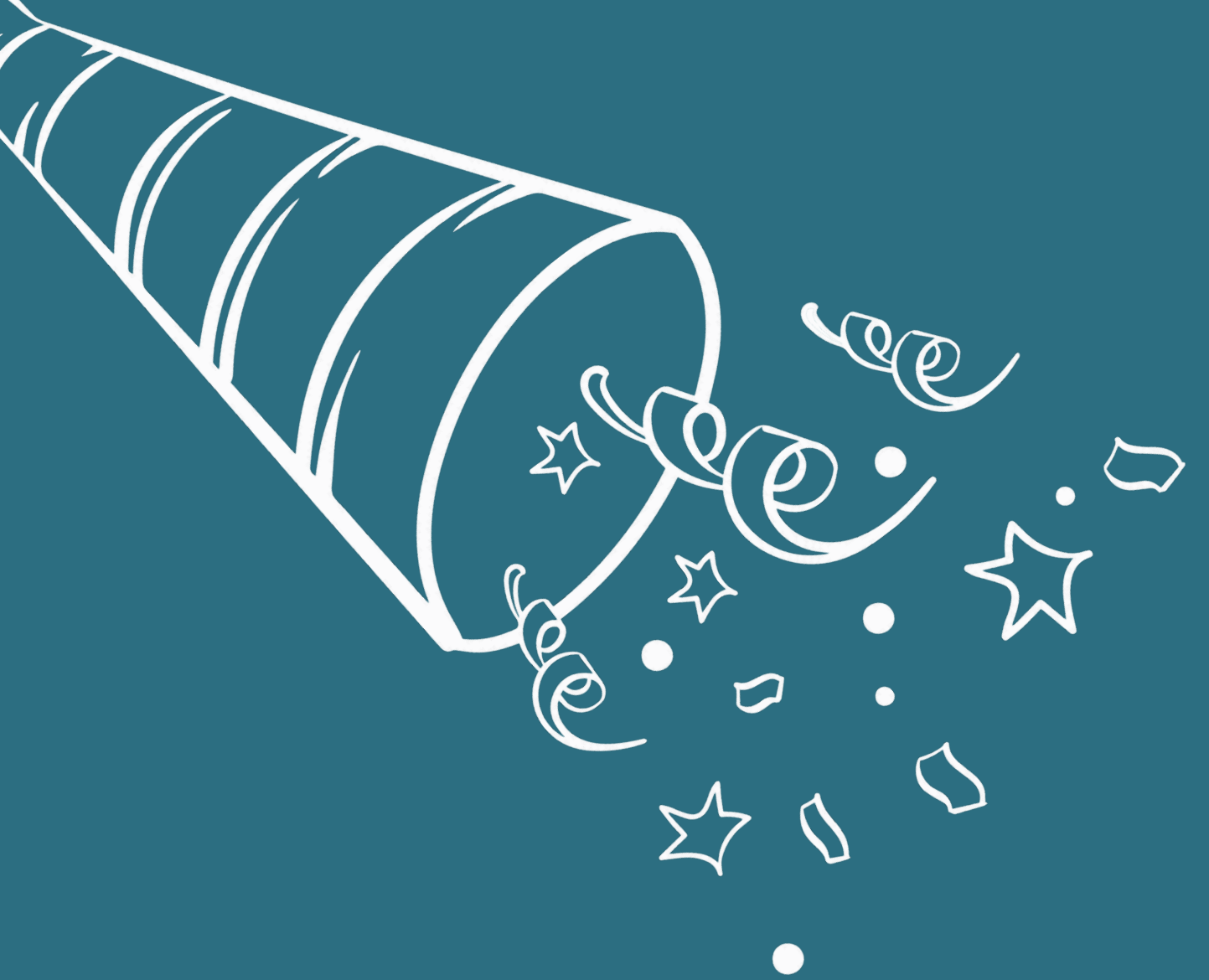
Utiliser l'authentification de compte 2FA.

Faire un bien meilleur travail sur l'hygiène des listes, et particulièrement en traitant les rebonds (n'envoyez pas plusieurs fois aux adresses rebondissantes !).

Sécuriser les formulaires d'inscription et/ou utiliser l'opt-in confirmé pour éviter les listes noires de type "list bombing",

Ne jamais envoyer à des données achetées ou louées. L'autorisation de l'utilisateur n'est pas transférable

Adopter les principes de RGPD, plutôt que d'envoyer des campagnes, soit disant "RGPD" à toute la base de données.



Quel est le rôle d'une équipe CRM dans la transition écologique ?

Jonathan Loriaux
CEO
Badsender



A RETENIR !

Les 10 (+1) responsabilités d'un pro du CRM dans la transition écologique ?

- 1. Avant tout le reste : Se former**
- 2. Eco-conception**
- 3. Eco-créativité**
- 4. Réduire les volumes**
- 5. Diminuer l'addiction à la promo**
- 6. Revoir vos scénarios**
- 7. Réfléchir aux choix des partenaires**
- 8. Faire changer votre entreprise**
- 9. Faire changer notre industrie**
- 10. Trancher, bousculer (surtout si vous êtes le boss)**
- 11. Changer de boîte (ou de métier)**

EM **DAY**



Dartagnan

CHAPSVISION
DATA MAKE SENSE

postmastery
emails, delivered.



HCL Unica