

MailInBlack lance une application inédite: MailInBlack Footprint

PME française éditrice d'applications intelligentes destinées à améliorer la performance des échanges numériques, MailInBlack dévoile MailInBlack Footprint permettant de personnaliser, d'enrichir et d'uniformiser les signatures des emails professionnels. En 2010, les entreprises françaises ont dépensé 1,7 milliards d'euros pour développer leur e-réputation. L'optimisation de ces investissements est devenue aujourd'hui un enjeu stratégique.

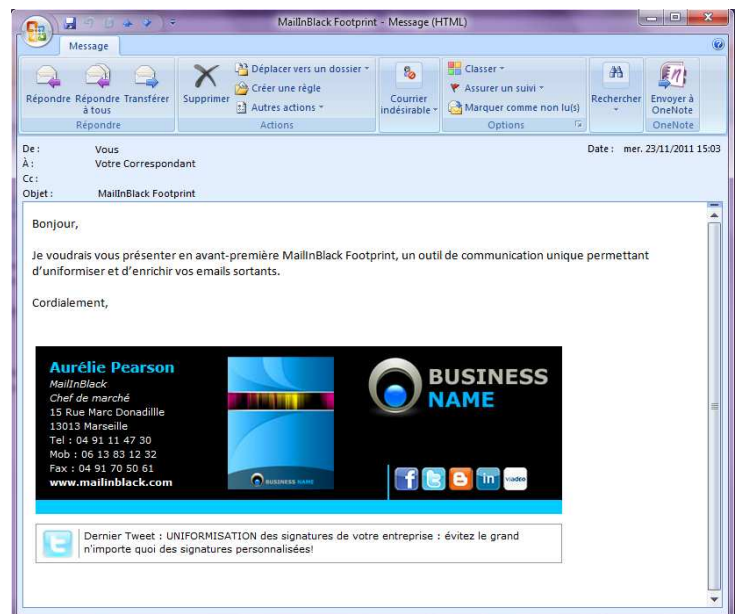
Chaque email est une opportunité pour communiquer

Véhiculer un message cohérent est un challenge quotidien pour les entreprises. Les touches personnelles ajoutées aux signatures des échanges numériques diluent, un peu plus chaque jour, l'identité d'une marque. Il est difficile pour le service marketing d'harmoniser les signatures email de chaque salarié. En effet, sans un outil de gestion centralisé, le service dépend de la volonté de chaque employé pour mettre à jour leur signature email.

Le pouvoir de l'email en tant qu'outil de communication est bien souvent sous-estimé. Une entreprise de 1 000 employés envoie en moyenne 600 000 emails par an (uniquement vers l'extérieur), ce qui représente 600 000 opportunités pour communiquer. C'est pourquoi MailInBlack lance une nouvelle application, permettant de centraliser la gestion des signatures email et de supporter les investissements réalisés dans d'autres canaux de communication, notamment la communication digitale et les réseaux sociaux.

MailInBlack Footprint favorise la création de signatures d'email innovantes

MailInBlack Footprint a pour fonction première l'harmonisation des signatures dans l'entreprise, qui sont gérées par le service Marketing depuis une interface intuitive; les salariés n'ont donc plus besoin de modifier individuellement leur signature dans Outlook. L'application permet de créer des signatures avec des champs dynamiques (nom, prénom, téléphone, fonction, etc.) et de renseigner les informations des expéditeurs par import ou synchronisation LDAP. Les bas de mail ou « Footprint » sont personnalisables selon l'expéditeur. En effet, le service marketing peut segmenter les expéditeurs, en créant des groupes à partir de requêtes sur leurs caractéristiques (fonction, adresse email et/ou postale, domaine de l'entreprise, etc.) ou en utilisant une liste CSV. Une date de début et de fin sont appliquées aux campagnes footprint, leur permettant ainsi de supporter des actions marketing ponctuelles et limitées dans le temps, comme par exemple la participation à un salon.



L'application Footprint va plus loin que l'harmonisation des signatures, elle facilite la création de footprints attractifs et innovants. Grâce à une série de modèles, à un assistant de création et à un éditeur HTML avec gestionnaire d'images, l'application offre aux novices ou aux experts la possibilité de créer un bas de mail qui reflète leur identité en quelques clics, sans compétences graphiques. Une librairie d'applications est disponible pour guider l'entreprise vers une utilisation innovante du footprint. Par exemple, une des « apps » permet de publier dynamiquement le dernier « tweet » dans chaque email, d'autres permettent d'insérer des pictogrammes invitant le correspondant à rejoindre différentes plateformes d'échange.

MailInBlack Footprint donne l'opportunité à l'entreprise de profiter de chaque email envoyé depuis son domaine pour formuler une question fermée, par exemple « Etes-vous satisfaits de notre service clientèle? », et d'analyser les réponses. Le bas d'email peut également être utilisé à des fins écologiques ou juridiques grâce à l'insertion d'un message « Green » de type « Notre environnement est fragile, merci de n'imprimer ce mail qu'en cas de nécessité », ou d'un disclaimer limitant la responsabilité juridique de l'entreprise quant au contenu de l'email.

Enfin, MailInBlack Footprint mesure l'impact des emails quotidiens sur les efforts de communication : grâce aux tableaux de bord et aux statistiques fournis par l'application, le service marketing a une visibilité sur le nombre d'emails envoyés et quantifie les clics par campagne footprint et/ou par objectif marketing.

« Expert dans le traitement des emails depuis plus de 10 ans, MailInBlack innove en permanence pour répondre aux nouveaux besoins des entreprises, qui sont passées d'un monde traditionnellement très fermé, à un monde ouvert, où de nombreux outils sont mis à la disposition des employés pour communiquer vers l'extérieur. Chaque employé est devenu porteur de l'image de marque, créant un nouveau challenge pour les directions marketing. MailInBlack Footprint offre une solution professionnelle qui résout cette problématique, quelque soit l'infrastructure de l'entreprise. Le service Marketing n'est plus dépendant de la direction informatique pour personnaliser le bas des emails de l'entreprise. Les échanges numériques générés par les employés deviennent alors un outil de communication au service de l'image de marque, optimisant l'ampleur et l'efficacité des campagnes cross-marketing. » **explique Damien Neyret, Directeur Général Délégué de MailInBlack.**

A propos de MailInBlack

Acteur majeur du secteur informatique depuis 2003, MailInBlack est une société française éditrice d'applications intelligentes destinées à améliorer la performance des échanges numériques des entreprises et des organismes publics. Basées sur une utilisation naturelle et professionnelle de la messagerie électronique, ces applications permettent de gérer les emails de manière autonome et responsable. MailInBlack est présent en France et en Europe et compte 2,500 clients, dans tous secteurs d'activité.

Pour plus d'informations : www.mailinblack.com

Aurélien Pearson : 04 91 11 47 30
apearson@mailinblack.com

Maiwenn Régault : 01 41 11 37 77
maiwenn@oxygen-rp.com
Sabrina Gonzalez : 01 41 11 37 82
sgonzalez@oxygen-rp.com

