



Dossier de Presse 2014

Contacts :

Anne-Sophie DUPIRE - Responsable Communication - Tel : 0 328 328 000 - anne-sophie.dupire@sarbacane.com

Sarbacane Software - 3 avenue Antoine Pinay - Parc des Quatre Vents - 59510 Hem - FRANCE - www.sarbacane.com

Sommaire

- 3 Qui sommes-nous ?
- 4 Marché de l'emailing
- 5 Emailing B2B en France
- 6 Les chiffres de l'emailing
- 7 Logiciel Sarbacane Desktop
- 10 La délivrabilité des emails :
une expertise indispensable,
un enjeu majeur par
Guillaume Fleureau, Directeur
Marketing chez Sarbacane Software
- 11 Sarbacane Studio
- 12 Primotexto
- 13 Le «Lab» de Sarbacane Software
- 14 Sarbacane, un acteur engagé dans la
pédagogie autour de l'emailing
- 15 Sarbacane Software partage son
expertise à travers ses livres blancs
- 16 Le campus GOTO : un lieu de travail
et d'épanouissement



Qui sommes-nous ?

Sarbacane naît en 2001 lorsque le groupe Goto Software décide de créer une application permettant à ses équipes mais aussi à ses clients de préparer et d'envoyer des campagnes emailing professionnelles. La simplicité, l'intuitivité et l'efficacité de son interface feront rapidement du logiciel Sarbacane, un acteur incontournable de l'emailing chez les PME.

Aujourd'hui, l'entreprise fête ses 13 ans d'existence avec sa quatrième génération du logiciel emailing Sarbacane Desktop.

Sarbacane Software est devenu en un peu plus d'une décennie, un acteur leader sur un marché, un acteur en recherche permanente d'innovation, un acteur passionné et prêt à défendre l'image de l'édition logicielle française.

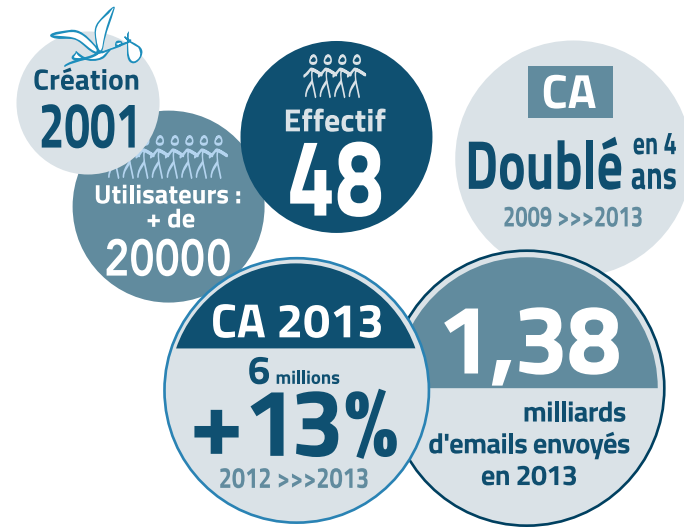
Sarbacane Desktop, c'est un nouveau départ avec un nouveau langage informatique et une nouvelle interface complètement recréée. Chaque étape de préparation d'une campagne a été repensée. Et cette nouvelle version apporte de nombreuses nouvelles fonctionnalités innovantes pour apporter une expérience utilisateur réinventée.

Une équipe de collaborateurs investis

Sarbacane Software, c'est plus de 40 collaborateurs au sein de trois établissements : le siège à Lille et deux filiales à Barcelone et New York. Une équipe de Recherche & Développement, ne cesse de grandir représentant quasi la moitié de l'effectif, pour répondre aux besoins et attentes de nos clients.



Fils du fondateur du groupe GOTO Software Thierry Tarnus et diplômé d'école de commerce, Mathieu Tarnus est un passionné du e-marketing et des nouvelles technologies en général depuis la première heure. Pendant ses études, il crée en 2001 la société Datalist, agence web qui se spécialisera rapidement, en même temps que GOTO Software, dans un métier en fort développement, celui de l'email marketing. Il rejoint GOTO Software et apporte son savoir-faire en 2004 comme responsable des activités électroniques puis comme directeur du marketing de 2006 à 2010. En 2010, Mathieu Tarnus prend la direction générale et le développement de Sarbacane Software. Depuis, il s'attache à faire de Sarbacane Software, un leader de l'email marketing ainsi qu'un groupe diversifié via le développement de nouvelles activités toujours à destination des e-marketeurs.



Sarbacane à l'international

Depuis maintenant trois ans, Sarbacane Software s'est lancée dans une stratégie de développement à l'international, initiée par la création d'une filiale en Espagne qui connaît depuis chaque année une croissance à deux chiffres. Sarbacane Software souhaite désormais élargir ses ambitions et compte se développer aux USA. Aujourd'hui, l'international représente 10 à 15% de son chiffre d'affaire et la société vise à multiplier par 4 ce pourcentage à l'horizon 2020.

Membre de :



l'expertise multicanal
syndicat national de la communication directe



MARCHÉ DE L'E-MAILING EN FRANCE EN 2013

Nombre d'Internautes



Soit 65% de la population



Tendances



38,4%

consultent leur boîte de réception depuis leur smartphone



43%

déclarent avoir acheté sur internet après la réception d'un email lié à une offre commerciale

Emails routés* en France

*emails envoyés via un routeur professionnel vers la France



+5,4%

Emails reçus par internaute par jour

Les internautes français ont reçu en moyenne 8 mails par jour



+1%

Chiffre d'affaires de l'emailing

Chiffre d'affaires : 95 millions d'euros



+0,64%

EMAILING B2B EN FRANCE

LES STATISTIQUES INÉDITES

Source : Données internes Sarbacane Juin-Juillet 2014 sur échantillon B2B représentatif

TEMPS DE LECTURE RÉEL DES NEWSLETTERS

- Entre 0 et 2 sec. **17** %
- Entre 2 et 10 sec. **35** %
- Plus de 10 sec. **48** %



ORDINATEUR VS MOBILE



91 %
Ouverture
sur Desktop

Ouverture
sur mobile

9 %



SYSTÈME D'EXPLOITATION

73 %

des destinataires B2B
sont sous Windows



16 %

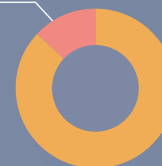
des destinataires B2B
sont sous MAC OS



LOGICIELS DE MESSAGERIES VS WEBMAILS

WEBMAILS

13 %



LOGICIELS

87 %

TOP 3

1 ^{er}		Outlook	59 %
2 ^{ème}		Apple Mail	18 %
3 ^{ème}		Gmail	8 %



3.6 mds

Nombre de comptes emails dans le monde. On les estime à 4,2 milliards en 2015.



Augmentation des campagnes emailing de fidélisation entre 2008 et 2013.



76% des emails sont consultés dans les 21 jours suivant l'envoi.



des entreprises sont satisfaites, voire très satisfaites, du ROI de leurs campagnes emailing.

Les chiffres de l'emailing

Outil incontournable du marketing direct, l'emailing continue de séduire et ne cesse d'évoluer.

Sources: Email Marketing Industry Census 2014 - eConsultancy | Les 3 principales tendances email marketing 2014 - Retail Media | Email marketing: performances 2013 et perspectives 2014 - Experian Marketing Services | L'Opportunité de la confiance | Les Intermédiaires français et la numérisque - Juin 2014 TNS Sofres



56% des entreprises prévoient d'augmenter leur budget email marketing.

39% des services marketing ont pour projet de déployer des campagnes sur mobile pour l'année 2014, soit une progression de 62%.



25% des professionnels en 2014 optimisent leurs emailings à la consultation mobile contre 20% en 2013.

Le saviez-vous ?



33 mds

Nombre d'emails envoyés vers la France en 2013, soit une hausse de 5,4% par rapport à 2012.



L'email marketing est 4x plus efficace que le courrier papier: le 1er moyen de communication privilégié des Français.



122 mds

122 mds d'emails sont envoyés par heure dans le monde.



Augmentation des usages de l'email marketing contre l'email promotionnel.



66% des internautes déclarent avoir acheté sur Internet après la réception d'un email.

Développer des contenus plus pertinents



En 2012, 23% des professionnels avaient pour objectif de développer des contenus plus pertinents, ils sont aujourd'hui 32%, soit une croissance de 9% en un an.



91% des internautes consultent leurs emails au moins une fois par jour.



82% des professionnels vérifient leur boîte email au moins une fois par jour.



Sarbacane Desktop

La 4^{ème} génération du logiciel emailing leader en France

Leader sur le marché de l'emailing en France, Sarbacane Software innove en tout point de vue en développant la 4e version de son logiciel, qui s'annonce déjà comme LA solution incontournable parmi les acteurs de l'email marketing.

Le logiciel s'enrichit de nouvelles fonctionnalités.

Sarbacane fait entièrement peau neuve et intègre de nouvelles fonctionnalités permettant aux entreprises de mettre en place facilement des campagnes emailing toujours plus performantes.

Une application native

Chez Sarbacane Software, nous prônons les applications natives. Chaque métier possède son application native de référence : Spotify ou iTunes pour la musique, Dreamweaver ou Photoshop pour la création web et graphique, Skype pour la messagerie instantanée, Microsoft Office pour les outils de bureautique...

Sarbacane Desktop est à ce jour l'application native la plus riche et la évoluée pour les besoins d'une entreprise en termes d'Email Marketing.

Les applications natives sont plus robustes, plus fluides, l'accès aux données sur ordinateur ne passe pas par une connexion Internet permettant d'être un peu plus nomade tout en tirant profit de l'avenant d'Internet et du Cloud.

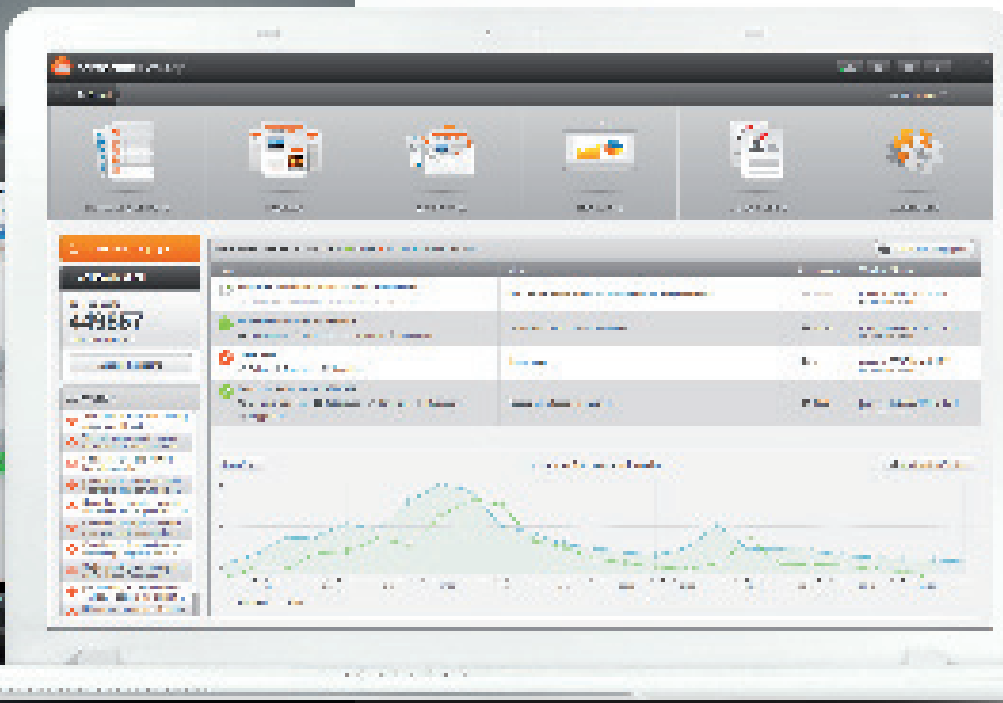
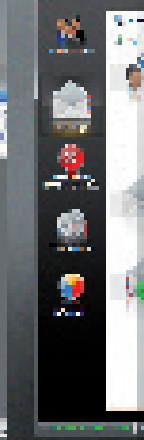
Avec Sarbacane Desktop, toutes les entreprises, petites, moyennes et même les grands comptes peuvent gérer de A à Z leur marketing par email. Sarbacane Desktop est un outil marketing professionnel, puissant et intuitif qui s'adapte à tous les usages, du plus simple au plus avancé.

Sarbacane Desktop
2014

Sarbacane 3
2008

Sarbacane 2
2005

Sarbacane 1
2001



Une nouvelle interface entièrement repensée

L'écran d'accueil, nommé Dashboard, regroupe l'ensemble des informations et le menu principal.

Le menu principal

Divisé en 6 sections, vous y trouverez les principaux menus dont vous avez besoin. Nous y avons ajouté le menu 'Extensions', afin de personnaliser votre usage du logiciel selon vos besoins.



Le fil d'Ariane

Il a fait ses preuves sur les sites Internet. Quelle que soit la page sur laquelle vous vous trouvez, vous pouvez toujours revenir à l'étape précédente ou directement à l'accueil.



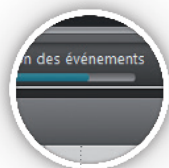
Le bouton 'Créer une campagne'

C'est une nouvelle campagne qui commence ! Vous pouvez choisir de créer une campagne vide ou à partir d'une précédente campagne.



Le fil d'actualité

En direct dans Sarbacane Desktop, vous êtes informé des derniers articles parus sur notre blog ainsi que de notre actualité.



La barre de progression

À l'ouverture, Sarbacane Desktop récupère les derniers événements des campagnes envoyées et synchronise les campagnes avec le Cloud. Ceci est représenté par une barre de progression afin de vous avertir de chaque chargement. Cette barre sera aussi visible lors de l'enregistrement ou au chargement d'une liste de contacts. Elle n'influence en rien l'utilisation du logiciel, Sarbacane Desktop travaille en parallèle.



Le login

Vous savez certes sous quel compte vous êtes connecté, mais d'autres options se cachent dans ce menu déroulant : il est possible d'accéder aux paramètres généraux du logiciel et de changer de compte si vous partagez des données avec d'autres utilisateurs.

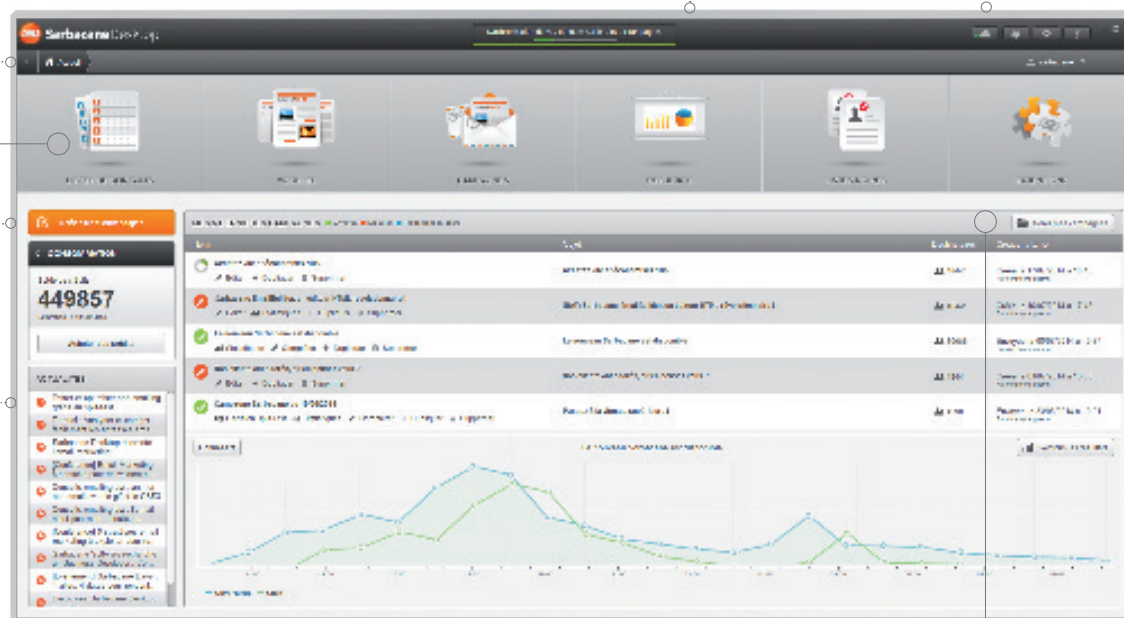


L'icône Cloud

L'icône est présente que vous ayez le Cloud ou non. La couleur de la pastille vous indique l'état :

- le Cloud est opérationnel
- le Cloud est en cours de chargement
- le Cloud est désactivé

En un clic, vous pouvez activer ou désactiver le Cloud pour votre compte.



Les dernières campagnes envoyées

Un historique des 5 dernières campagnes envoyées est affiché. Pour en voir davantage, il vous faudra cliquer sur le bouton 'Gérer mes campagnes'.

De nombreuses nouvelles fonctionnalités au service de l'utilisateur :



Les extensions

Les extensions complètent le logiciel afin de répondre à vos besoins quotidiens. Elles concernent :

- soit des fonctions propres au logiciel
- soit des plug-ins qui vous permettent de connecter Sarbacane Desktop à d'autres outils professionnels. Des extensions sont déjà disponibles : le split-test, la prévisualisation du message avant envoi ou encore la connexion avec Google Analytics. D'autres sont en cours d'élaboration comme : les connecteurs liés à des systèmes de gestion de contenu (plus connus sous les initiales CMS ou Content Management System) tels que Prestashop, Magento et Wordpress



Les statistiques

Des améliorations notables ont été apportées aux rapports statistiques de Sarbacane Desktop. En plus des standards (ouvertures, clics, NPAI et désabonnements), Sarbacane Desktop innove et propose des statistiques inédites : viralité du message sur les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter, taux de lecture réelle, répartition des environnements de lecture, ou encore le géotracking mondial.



Le split-testing

Le split-testing, aussi connu sous le terme A/B testing, est une extension qui permet d'analyser le comportement des destinataires dans le but d'identifier le meilleur email et de favoriser le succès d'une campagne emailing.

Il consiste à soumettre deux versions d'un email (deux noms d'expéditeur, deux objets différents, ou deux contenus différents) à deux échantillons représentatifs d'une base de destinataires. La campagne qui obtiendra le meilleur taux d'ouverture ou de clic sera envoyée aux destinataires restants.



L'EmailBuilder

Sans connaissances en langage HTML, l'EmailBuilder permet de construire simplement son message. Il suffit de glisser-déposer des blocs de textes et/ou d'images à empiler les uns en-dessous des autres, afin de bâtir la structure de un message. Avantage : la mise en page sera automatiquement responsive pour la lecture sur mobile. De plus, Sarbacane Desktop met à disposition une banque d'images libres de droit contenant plus de 1 000 photos classées par thèmes.



L'analyse des emails

Lors de l'importation d'une base de destinataires, le logiciel indique les doublons et les erreurs de syntaxe (point @ manquant par exemple).

Mais Sarbacane Desktop va plus loin en détectant les noms de domaines inexistantes ou obsolètes et les corrige dans certains cas. Ainsi, les adresses invalides (NPAI) redeviennent fonctionnelles !



Le Cloud

Nouveauté majeure de Sarbacane Desktop ! Un hébergement sécurisé et gratuit est fourni avec le logiciel pour les images, la copie web des campagnes emailing, les bases de données enregistrées dans « Listes de contacts » et les modèles. A présent, les données sont accessibles depuis différents ordinateurs.

Une option CloudPro est proposée et pensée pour le travail collaboratif en entreprise. Ainsi, vous pouvez partager ou accéder aux comptes utilisateurs de vos collaborateurs ou collègues.



Le SRP 2.0

Déjà en place lors de la précédente version de Sarbacane, la plateforme haute délivrabilité SRP 2.0 fait toujours l'objet d'une attention particulière pour optimiser l'arrivée de vos campagnes en boîte de réception. Pour preuve, la réputation de nos serveurs est monitorée 24h/24. Le SRP 2.0 s'appuie sur les dernières techniques d'authentification (SenderID, SPF, Domain Keys, DKIM) et sur la technologie «Dynamic IP Routing» qui attribue de façon dynamique les meilleures adresses IP disponibles, selon l'analyse des retours.



La délivrabilité des emails : une expertise indispensable, un enjeu majeur

par Guillaume Fleureau, Directeur Marketing
chez Sarbacane Software

Qu'est-ce que la délivrabilité ?

La délivrabilité est la capacité à faire arriver les emails en boîte de réception. C'est un enjeu majeur pour toutes les entreprises qui utilisent l'emailing. Les filtres antispam sont de plus en plus restrictifs, il est donc crucial de respecter un certain nombre de règles et de bonnes pratiques pour atteindre la boîte de réception et éviter le dossier spam. La délivrabilité est une notion en constante évolution car les règles changent vite et dépendent aussi de la cible (B2B ou B2C).

Quelles sont les règles à respecter ?

La délivrabilité est la somme de beaucoup d'éléments. La base est la collecte qui a permis de constituer la liste des destinataires. Avec une liste qui a été achetée ou pire aspirée sur Internet, il ne faudra pas s'attendre à des miracles car la notion de permission est primordiale pour la délivrabilité. En effet, il existe de nombreux indicateurs qui permettent aux messageries et solutions antispam de détecter les envois non sollicités : les NPAI, les plaintes générées par l'envoi, les désinscriptions massives, la présence d'adresses pièges (spamtraps). Le comportement des destinataires est un facteur clé et peut mener au blocage pur et simple de l'expéditeur, d'où l'importance d'envoyer des emails véritablement sollicités.

Le contenu peut-il aussi être responsable d'une mauvaise délivrabilité ?

Le contenu et la structure du message sont déterminants. La présence de mots suspects ou assimilés à du spam est souvent la cause d'un filtrage. Utiliser le mot «gratuit» ou «cadeau» dans l'objet par exemple, est plutôt risqué. Mais la structure du message HTML a aussi un rôle important. Par exemple, il ne faut pas concevoir son message avec une seule grande image, il faut mettre le maximum de texte HTML, il faut optimiser le poids du message, etc. Même les tailles et couleurs de police sont parfois responsables d'un blocage ! Il existe des dizaines de bonnes pratiques mais pas de guide universel car il y a de multiples solutions de filtres qui parfois même se cumulent.

Quel rôle joue le service de routage professionnel ?

Le service de routage professionnel, c'est avant tout un intermédiaire pour optimiser la délivrabilité des messages. Cela consiste à mettre à disposition une infrastructure taillée pour des envois massifs et reconnue comme telle par les messageries réceptrices. La notion de confiance est très importante. Notre métier consiste notamment à établir cette confiance auprès des acteurs de l'email et à l'entretenir. D'autre part, notre plateforme est flexible et agile. Nous disposons de plusieurs serveurs et IP dont nous surveillons constamment la réputation. Il ne faut pas mettre tous ses œufs dans le même panier, de façon à pouvoir trouver une solution si un problème se présente. Notre équipe peut intervenir à tout moment pour garantir la continuité du service. Notre plateforme offre également des avantages techniques. Le traitement des désabonnements, des NPAI et des plaintes est automatisé pour maintenir une liste propre. Et face au SPAM et au Phishing, Sarbacane gère les normes d'authentification les plus courantes. Ces systèmes d'authentification permettent d'indiquer au serveur de messagerie destinataire que le serveur «expéditeur» n'est pas un émetteur suspect. Avec plus de 10 ans d'expérience, Sarbacane est une solution reconnue par les acteurs de l'email en France. Grâce au travail que nous faisons quotidiennement, nous aidons nos clients qui envoient des emails légitimes à passer les filtres antispam.



Sarbacane Studio

Mathieu Tarnus indique :

«*Nombreuses sont les entreprises n'ayant pas de ressources internes pour mettre en valeur leur message, c'est pourquoi nous avons créé le Studio Sarbacane. Un pôle de création qui va chercher à connaître et comprendre les besoins de nos clients afin de leur confectionner LA campagne dont ils ont besoin, en améliorant l'attractivité et la délivrabilité du message.*»

En novembre 2009, Sarbacane Software se dotait d'un nouveau service d'aide à la création graphique destiné aux clients.

Un concept qui a vu son nombre de clients se multiplier par 8 en 3 ans. Le concept du studio Sarbacane réside dans la «créativité», soit la créativité réactive. C'est-à-dire qu'il se veut efficace, à la fois en terme de délai et de pertinence, pour favoriser le retour sur investissement. En 2011, Sarbacane Studio travaillait déjà avec une centaine de clients, aujourd'hui ils sont 800 à lui faire confiance. Parmi eux, on retrouve: Bose, Clarks, Aéroport de Lille, Afat Voyages, Nausicaa et Leroy Merlin, représentant une moyenne de 60 campagnes par mois.

Un chiffre d'affaires en progression de +35% par rapport à 2011

Aujourd'hui 44% des emails sont ouverts à partir de terminaux mobiles, devant le taux d'ouverture sur Desktop (33%) et sur les Webmails (23%). Des chiffres qui ont encouragé le Studio Sarbacane à élargir son offre et proposer l'optimisation de l'affichage mobile afin d'améliorer la lisibilité du message et d'obtenir un confort de lecture optimal. Une véritable nouveauté qui a permis au Studio de voir son chiffre d'affaires augmenter de 35% par rapport à 2011.



5 raisons de solliciter le Studio Sarbacane

1. L'image de votre société passe par le design (ou graphisme) de votre newsletter

On ne le dira jamais assez mais c'est une évidence. La newsletter est un rendez-vous entre vos clients/vos contacts et vous. Elle représente ce qu'on appelle votre «identité visuelle» et de votre newsletter se détachent certaines valeurs ou attributs (esthétisme, logique, professionnalisme...)

2. Le graphisme est un métier à part entière

On ne s'improvise pas graphiste, même avec le meilleur des logiciels e-mailing. Ainsi le Studio Sarbacane vous propose ses compétences marketing et artistiques afin de maximiser l'impact et le succès de vos campagnes.

3. Le marketing est un autre métier à part entière...

Là aussi, il s'agit de compétences dont on ne dispose pas forcément en interne. Nous posons sur votre activité un regard neuf, permettant d'avoir le recul nécessaire et de s'imaginer à la place du destinataire. De plus, nous connaissons les astuces marketing afin d'inciter à l'action (visite sur le site, achat, ...)

4. On en a tous besoin...

Quel que soit l'objectif à atteindre: prospection, fidélisation client, relationnel... Même si on a un graphiste, il est bon de diversifier sa «source créative» car un plan e-mailing vit et doit savoir se renouveler pour garder l'attention de sa cible. Pour ce faire, nous avons plusieurs graphistes avec des styles différents.

5. Parce que l'e-mailing est un sujet bien maîtrisé

Le Studio Sarbacane est capable de vous fournir une newsletter performante, car là encore on ne le dira jamais assez : envoyer un bel e-mailing c'est bien, délivrer un bel e-mailing en boîte de réception c'est mieux !

Pour en savoir plus sur Sarbacane Studio, studio.sarbacane.com

Lancé en octobre 2013 et créé à l'intention des TPE et PME, Primotexto 100% filiale de Sarbacane Software, est un outil de création et d'envoi de SMS professionnel qui en quelques mois seulement se fait une place sur le marché du SMS Marketing et séduit déjà plus de 1000 utilisateurs et compte à ce jour une centaine de clients.

Un média intrusif ?

Si ce canal de communication a connu une croissance relativement faible, c'est parce qu'il a longtemps été considéré comme un média envahissant. En effet, lorsqu'il a émergé, les téléphones étaient alors peu ergonomiques et mono tâches. A l'époque le mobile était très personnel et les sonneries bruyantes, d'où le côté intrusif donné aux SMS commerciaux.

Aujourd'hui, les choses ont bien changé et le rapport au téléphone s'est métamorphosé. Les téléphones connectés et les multiples applications connaissent un essor exponentiel. Chaque jour, un individu reçoit de nombreuses notifications d'un réseau social ou d'une application. Les mobiles gèrent maintenant une quantité importante de tâches et la réception de SMS se fait très discrètement. Loin d'être intrusif, le SMS fait aujourd'hui partie du quotidien. Bien entendu, les annonceurs doivent veiller à ne pas trop solliciter leurs clients et leur fournir une information pertinente et ciblée.

Primotexto, une solution simple et intuitive

Cet outil, disponible en ligne, permet de créer une campagne SMS et de l'envoyer à une liste de destinataires. Il est compatible avec tous les opérateurs, et gère automatiquement les messages STOP. Il permet également de consulter les réponses des destinataires. Des campagnes dynamiques peuvent être conçues : il s'agit de campagnes qui s'envoient automatiquement à une date anniversaire par exemple.

Primotexto permet d'insérer des liens dans le SMS, qui mènent vers une landing page responsive (page spéciale annonçant une promotion, une offre commerciale) ou une page du site web de l'entreprise. Ces landing pages peuvent être facilement conçues avec l'outil Rich Message ; pour être lues sur mobile. L'insertion de liens dans le contenu du message permet de lier le contenu simple du SMS avec un autre plus élaboré et complet sur le web. Cette possibilité d'envoi de SMS connectés est particulièrement intéressante, au vu du taux d'équipement en smartphone des ménages français. En effet, selon l'institut GFK les ventes de smartphones en France vont s'élever à 17.5 millions en 2014



Le Rich Message à portée de main

Le Rich Message Composer permet de créer des pages web ou landing pages très rapidement. Il est possible d'insérer le lien de cette page directement dans le message, afin de détailler davantage le contenu du SMS sur le web. Ces pages sont automatiquement conçues pour que l'affichage soit optimisé pour une navigation fluide et intuitive sur smartphone.

Premier outil à proposer le tracking des liens

Primotexto offre un suivi comportemental complet. Il est possible de tracker les liens contenus dans le SMS, tout comme les pages web. Ainsi, les utilisateurs peuvent connaître le taux d'ouverture de la campagne, mais aussi le taux de clics sur le lien et sur la landing page. D'autres statistiques de performance comme le taux de réactivité permettent d'évaluer rapidement l'efficacité d'une campagne.

+ Deux nouvelles fonctionnalités pour optimiser la communication par SMS

Solution d'envoi de haute qualité, Primotexto garantit un taux de livraison optimal à ses utilisateurs et se dote désormais de deux nouvelles fonctionnalités pour toujours faire passer bien plus qu'un message :

Envois à l'international :

Il est possible à présent de communiquer jusqu'au bout du monde grâce aux envois internationaux

Les campagnes automatisées :

Cette fonctionnalité est précieuse pour l'animation récurrente et continue d'un fichier clients puisqu'elle permet à tout utilisateur de créer des scénarii de communication SMS à partir d'un champs date ou d'une date d'insertion dans une liste (SMS de bienvenue, d'anniversaire, de confirmation de RDV ou de livraison, etc) afin de renforcer la relation client.

Le «Lab» de Sarbacane Software

Sarbacane Software investit fortement en R&D dans de nouveaux produits e-marketing innovants.

getinbox

Vérifiez le rendu d'une de vos campagnes !

Fort d'une expertise de plus de 10 ans en emailing, Getinbox vous propose de maîtriser davantage le rendu de vos campagnes en messagerie !

Getinbox est un projet français, qui a vu le jour suite aux différentes problématiques d'affichage rencontrées dans les messageries et webmails. Au fil des années, l'emailing a pris une place considérable dans nos politiques de communication. Les messageries se sont multipliées, donnant de plus en plus de choix aux internautes. Et plus il y a de messageries, plus il devient difficile pour les annonceurs et les agences de garantir un affichage sans faille chez chacune d'entre elles !

Pour certaines, on peut les tester en se créant un compte mais parfois ça n'est pas le cas, ou alors vous ou votre client disposez d'une version autre. Et même en corrigeant un défaut d'affichage, qui vous dit que toutes les messageries en tiendront compte ? Il faut alors refaire le tour des messageries testées pour en être sûr... une histoire sans fin !

C'est là qu'intervient Getinbox ! Getinbox se fait ainsi le miroir de vos campagnes dans chaque messagerie...



www.getinbox.com

SarbacaneSendkit

Des années d'expérience au service de la délivrabilité de vos emails

Sarbacane Software met à disposition son savoir-faire en matière de délivrabilité. Une solution 100% cloud pour l'envoi d'emails transactionnels et de campagnes via SMTP et API. Sendkit s'intègre parfaitement aux sites d'e-commerce, les blogs et toutes autres applications envoyant des emails.

UNE DÉLIVRABILITÉ IMPÉRATIVE

L'email transactionnel couronne tous les efforts réalisés et confirme toujours un moment crucial dans le parcours client. Il résulte d'une action ou d'un comportement du destinataire sur un site internet :

- Confirmation de commande
- Confirmation de création de compte
- Rappel des identifiants
- Abandon de panier

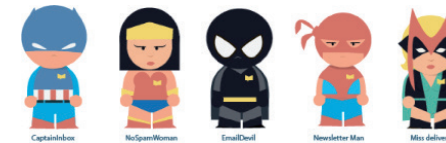
UN ROI INÉGALÉ

En moyenne, les messages transactionnels génèrent 21% du revenu de l'email marketing alors qu'ils ne correspondent qu'à 2,5% du volume des messages envoyés.

Et les taux d'ouverture avoisinent les 65% et le taux de clic les 29%.



Sarbacane Software, un acteur engagé dans la pédagogie autour de l'emailing



Des supers héros au service de l'emailing

Lancé en août 2013 du souhait d'apporter un contenu pertinent et de qualité aux professionnels de l'email marketing ainsi qu'aux débutants, le blog emailing.biz est tenu par cinq super-héros de l'email marketing, j'ai nommé : NewsletterMan, NoSpamWoman, CaptainInBox, EmailDevil et Miss Delivery. Leur objectif est de diffuser et analyser les dernières actualités de l'emailing afin de fournir un contenu frais aux lecteurs du blog. Qu'il s'agisse de professionnels de l'email marketing ou de novices, il est important de se tenir au courant des dernières tendances afin de satisfaire au mieux les besoins des consommateurs. Les grandes thématiques de l'emailing, comme la délivrabilité et le taux d'ouverture, sont abordées afin qu'elles ne soient plus des obstacles à la réussite d'une action d'emailing. Aujourd'hui, 4 000 visiteurs chaque mois profitent de leurs conseils avisés.

Huit rubriques 100% email marketing

L'ensemble des questions que se pose un email marketeur trouvent réponse au sein des huit rubriques qui composent le blog emailing. Les actualités reprennent l'ensemble des news du secteur de l'email marketing.

La rubrique «destinataires» concerne les articles qui traitent des bases de contacts, ainsi que de la segmentation ou encore du ciblage. La partie «design» aborde plutôt l'esthétisme d'une campagne emailing et la catégorie «techniques» fournit des conseils sur l'aspect plus technique de sa création.

Miss Delivery et ses comparses sont passionnés par la délivrabilité et donnent les bonnes pratiques à mettre en œuvre pour s'assurer qu'une campagne atteint effectivement la boîte de réception des destinataires. Bien entendu, ils n'ont pas oublié le contenu avec une rubrique spécifique qui fournit toutes les informations pour créer un contenu efficace et de qualité. Enfin, des «tutoriels» permettent aux lecteurs d'approfondir certains points plus difficiles dans la création d'une campagne.

Emailing.biz : un contenu original, utile et pertinent

Les supers héros ont choisi de ne pas se cantonner aux produits de l'entreprise Sarbacane Software, ils ont une vision beaucoup plus générale de l'emailing. Des experts de chaque thématique interviendront sur ce blog collaboratif, afin que ses lecteurs disposent des meilleures recommandations. Le blog de Sarbacane Software n'est pas voué à disparaître, mais ses auteurs ont modifié la ligne de rédaction. Ainsi, celui-ci est dorénavant réservé aux actualités liées à l'entreprise et ses produits. Quelques conseils y seront encore prodigués, mais toujours en lien avec le logiciel Sarbacane.

Rejoignez-nous sur www.emailing.biz



Sarbacane Software partage son expertise à travers ses livres blancs



La délivrabilité

La délivrabilité est la capacité à faire arriver les emails en boîte de réception. C'est un enjeu majeur pour toutes les entreprises qui utilisent l'emailing. Les filtres antispam sont de plus en plus restrictifs, il est donc crucial de respecter un certain nombre de règles et de bonnes pratiques pour atteindre la boîte de réception et éviter le dossier spam.

Sarbacane Software vous livre son expertise dans un livre blanc «Optimiser la délivrabilité de vos e-mailings»

L'email responsive

La consultation des emails sur un smartphone s'intensifie au fur et à mesure des années, d'après une étude réalisée par Mobile Marketing Association, les ventes de smartphones en France vont s'élever à 17.5 millions et celles de tablettes vont représenter en 2014 plus du double des ventes de PC portables ! Il est nécessaire d'adapter son email aux différents supports de lecture afin d'apporter aux destinataires une information claire et lisible à tout moment. Pour vous guider, Sarbacane Software vous livre ses conseils dans un livre blanc «L'email responsive : Optimiser vos campagnes pour l'affichage mobile».



Le campus GOTO : un lieu de travail et d'épanouissement

Sarbacane Software est installée à Hem dans un campus équipé pour le bien-être des collaborateurs.

Une architecture moderne allié à un cadre verdoyant permet à l'ensemble des salariés de travailler et se détendre dans une ambiance conviviale. De nombreux aménagements ont été installés :

- Une salle de pause avec cuisine, baby-foot et billard
- Une terrasse
- Un boulodrome
- Un jardin intérieur
- Un court de tennis
- Un panier de basket
- Une micro-crèche d'entreprise accueille les enfants des collaborateurs de 8h30 à 19h.



L'entreprise répond aux demandes des salariés dans la mesure du possible. L'idée de campus traduit en réalité une volonté de motiver les équipes. Le but est de rendre le travail le plus agréable possible en permettant à chacun de s'épanouir selon ses besoins.

