

Solution d'épuration de données de courriels

Données épurées sur les abonnés : optimisation de la livrabilité et du rendement de votre campagne de marketing par courriel

Avantages clés :

- Permet de découvrir que des bases de données de clients contiennent entre 1 % et 33 % d'utilisateurs inexistant, selon les secteurs d'activité et les pratiques en matière d'acquisition d'adresses de courriel
- Identifie les dénonciateurs connus de pourriels et les menaces connexes dans les bases de données de clients
- Valide en temps réel chaque nouvelle entrée dans une base de données en vue de minimiser le plus possible les problèmes éventuels de livrabilité
- Permet aux spécialistes du marketing d'instaurer des programmes de réactivation à faible risque à l'égard de données anciennes sur des abonnés
- Minimise les risques liés à la livrabilité pour les spécialistes du marketing qui utilisent tous types de données de courriel, sans égard à l'origine

C'est un secret pour personne : la livrabilité est sans aucun doute la plus importante mesure de rendement d'un programme de marketing par courriel. Une campagne de marketing qui ne parvient pas à atterrir dans la boîte de réception des destinataires visés se traduit par des occasions manquées et, par conséquent, des pertes de revenus. De nombreux spécialistes du marketing ne font que réagir aux problèmes de livrabilité, plutôt que de prendre des mesures proactives en vue de les éviter carrément. Le secret d'une livrabilité optimale : maintenir une base de données épurée. Bienvenue dans le monde de l'épuration des données de courriels.

Les données sur les abonnés définissent les taux de livrabilité

L'outil d'épuration de données de courriel est le nec plus ultra des solutions en matière d'épuration, qui permet aux spécialistes du marketing de vérifier les adresses de courriel de leurs abonnés. Une fois leurs données vérifiées, les spécialistes évitent ainsi d'envoyer des messages qui atterriront dans des dossiers de courrier indésirable, ou encore dans des comptes inexistant ou fermés – ce qui réduit ainsi considérablement le risque de s'exposer à des graves problèmes de livrabilité, tels que :

- L'ajout sur une liste noire par Spamhaus
- Le blocage par les principaux FSI
- Des taux de non-livraison excessifs

Des données de qualité optimale pour une livrabilité optimale

Adresses de courriel saisies incorrectement (accidentellement ou intentionnellement), fournisseurs de listes tiers, ajout de données et patrimoine documentaire périmé sont autant de facteurs qui empêchent les spécialistes du marketing de maintenir une base de données épurée. En vue de s'attaquer à ces problèmes, notre solution d'épuration de données de courriels propose une approche à deux volets :

- **Nettoyage de la base de données existante :**
Ainsi, les spécialistes du marketing seront en mesure d'identifier les adresses de courriel inexactes à même leur base actuelle d'abonnés et de les supprimer avant le lancement d'une campagne, ce qui leur permet de protéger leur réputation d'expéditeur et leurs taux de livrabilité.
- **Vérification des nouvelles entrées dans la base de données en temps réel :**
Cette fonctionnalité est essentielle pour le maintien de l'exactitude des données, une fois épurée la base de données du spécialiste du marketing. En plus de valider les adresses de courriel des abonnés lorsque ces derniers consentent à faire partie d'une liste d'envoi, cette fonctionnalité signale toute information saisie incorrectement, ce qui permet d'assurer l'intégrité des données et de rendre plus précis le processus d'inscription à la liste d'inclusion.

Solution d'épuration de données de courriels

Caractéristiques et fonctionnalités avancées

Au stade de l'acquisition de l'abonné

Une étape essentielle du maintien d'une base de données épurée consiste à s'assurer que chaque nouvelle adresse de courriel ajoutée à la base de données d'un spécialiste du marketing est exacte. En offrant la vérification des adresses de courriel en temps réel dans leurs formulaires d'inscription en ligne, les spécialistes peuvent automatiquement valider toutes les données entrantes et ainsi éviter d'ajouter des données erronées dans des listes d'abonnés.

Comme partie intégrante d'une stratégie de campagne pré-lancement

Avant de diffuser un message d'accueil ou une première communication, les spécialistes du marketing devraient valider toutes les adresses de courriel fournies par consentement et supprimer les données de courriel invalides ou douteuses. Cette approche est grandement efficace, en ce qu'elle permet d'éliminer les adresses orthographiées ou formatées incorrectement, résultant de l'entrée manuelle des données.

Épuration continue des données

Le fait de procéder à une épuration fréquente des données permet de maintenir une base de données à jour et d'empêcher que ne surviennent de sérieux problèmes de livrabilité. Les spécialistes du marketing devraient mettre en œuvre, une fois par semaine ou par mois, un processus d'épuration des données de leurs listes d'abonnés, en vue de supprimer les comptes de courriel ou les domaines de FSI qui sont fermés ou devenus invalides.

Élément essentiel d'une campagne de réactivation

Les spécialistes du marketing se demandent souvent quoi faire des abonnés inactifs qui n'ont pas cliqué sur leurs courriels depuis les derniers 6 à 12 mois. Plutôt que de supprimer d'importants segments de leurs bases de données, les spécialistes devraient plutôt miser sur la vérification des anciennes données de compte et mettre sur pied des programmes de réactivation en vue de solliciter de nouveau la participation des abonnés dont les coordonnées sont toujours valides.

Indispensable aux campagnes d'acquisition

L'un des principaux objectifs de nombreux spécialistes du marketing est d'atteindre une croissance constante de leurs bases de données. Objectif difficile à réaliser, il nécessite souvent le recours à des tiers, qui offrent des services de location de listes ou d'ajout de données – interventions risquées qui engendrent de sérieux problèmes de livrabilité et portent atteinte à la réputation de l'expéditeur. Les spécialistes peuvent minimiser ces risques en procédant à la vérification de leurs données et en réservant leurs envois à des comptes et à des domaines valides.

Dans le cadre d'un processus d'intégration

Le changement de fournisseur de service de courriel représente le moment idéal pour les spécialistes du marketing de procéder à l'épuration de leur base de données et d'empêcher la migration des données de courriel douteuses et potentiellement problématiques, au moment de la transition d'un fournisseur à l'autre.