

Calidad de la base de datos, segmentación y estrategias multicanal, tres puntos esenciales para triunfar en marketing digital

Splio comprate en el eShow Barcelona 2013 los temas estratégicos clave para obtener un buen retorno de inversión en campañas de marketing digital

Splio, multinacional francesa especializada en email marketing, ha sido la protagonista esta mañana uno de los e-coffees programados en el eShow Barcelona 2013, en el que un grupo reducido de asistentes ha podido profundizar sobre las estrategias de marketing multicanal con el director general de Splio España, Jean-Baptiste Boubault, reconocido experto en el sector.

En este encuentro, se han puesto sobre la mesa temas estratégicos clave para obtener un buen retorno de inversión en campañas de marketing digital como la unificación y calidad de la base de datos, la hipersegmentación y las diferentes estrategias multicanal que se pueden desarrollar tanto en casos de retail como de pure players. La multicanalidad de las campañas, tema estrella este año por la posibilidad que ofrecen las herramientas profesionales como EmailForge 4.0, permiten según Boubault 'optimizar los recursos humanos y técnicos; obtener una visión integrada de cómo está funcionando y perfeccionar la estrategia a seguir en cada caso'.

A pesar de que el email sigue siendo la herramienta más utilizada y la que mejor retorno de inversión aporta por su bajo coste, Boubault ha apuntado las interesantes posibilidades del SMS Marketing en los smartphones. 'Además de que las tasas de apertura de SMS son muy altas, de un 97%, la posibilidad de incluir urls en el mensaje para poder hacer un seguimiento de las acciones del cliente convierten al SMS en una herramienta de gran potencial', apunta el Director General de Splio.

Sobre Splio

Splio es una empresa de marketing directo de origen francés, especializada en email marketing, sms marketing, CRM y programas de fidelización para retail. Nacida hace 12 años, el éxito de la compañía reside en un profundo conocimiento de las necesidades de los departamentos marketing y CRM tanto del sector Retail como del E-commerce y en su compromiso con la calidad y la protección de datos. Esto ha hecho que empresas como Sephora y e-comerciantes como Oooferton hayan confiado en Splio. Splio gestiona el envío de más de 1.000 millones de correos electrónicos al mes.

Datos de contacto:

Mónica Fidelis
Comunicación
93 362 08 40

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>