

vendredi 5 juin 2015

Communiqué de presse

La troisième édition de l'Email Marketing Day s'est tenue le 29 mai 2015 à la Cité de la Musique et de la Danse de Strasbourg. Elle a rassemblé 391 participants venant de toute la France. Durant toute une journée, 23 top spécialistes de l'email marketing ont animés cette journée au travers de 8 ateliers, 5 conférences et 3 tables rondes.

L'EMDay est une journée de conférences expertes et d'ateliers de formation sur l'email marketing. Très attendu suite au succès des deux premières éditions, l'événement s'est placé comme le rendez-vous majeur et incontournable du secteur de l'email marketing en France. Cette année, l'événement a rassemblé deux type de public : les acteurs de l'email marketing français et l'écosystème du digital alsacien et français (agences, annonceurs, consultants...).

Lors de cette journée entière dédiée à l'email marketing, tous les sujets les plus chauds du moment ont été abordés par des intervenants top niveau et les participants ont pu se détendre avec des animations décalées, networker en déjeunant, et assister aux premiers EMDay Awards.



L'EMDay a rencontré un vif succès et les participants étaient nombreux à retweeter l'événement.

Parmi les temps forts de l'événement, la conférence de Vade Retro sur le Graymail suivie d'une table ronde sur la délivrabilité a rencontré un vif succès. Le format table ronde a d'ailleurs suscité de nombreux débats constructifs, que ce soit sur la place de l'email dans le parcours client ou sur l'usage du prédictif en email marketing. Le tout dans un auditorium tout confort animé par le groupe de jazz manouche, Di Mauro Swing. Côté atelier, là aussi la salle de 80 places était quasi tout le temps pleine avec notamment de gros succès pour la clinique de l'email (analyse des créas en live), les ateliers autour de l'email d'acquisition et ceux sur le datamining.

Enfin, les participants de cette 3^{ème} édition ont également pu assister à la première remise des prix des EMDay Awards, le concours sur l'email marketing. Il permet aux professionnels de partager leur savoir-faire et de se mettre en compétition face aux meilleures entreprises de l'émailing. Ils étaient 3 à avoir été présélectionné par le jury et à présenter leur dossier sur scène. Le grand gagnant de cette troisième édition fut la créa 42pix par Fujin qui a parfaitement utilisé la personnalisation dynamique pour son client.

Clic et Site est très heureux d'avoir pu organiser cette troisième édition et remercie tous les participants et les partenaires d'être fidèles à l'EMDay. L'édition 2016 sera quant à elle portée par la toute jeune Email Marketing Day Association dont les membres fondateurs (Badsender, Clic et Site, Consonaute, Elliott, Florence Consultant, Snipemail) sont présents depuis le début de cette belle aventure.

Contact presse :

Régis Bacher, dirigeant de la société Clic et Site

06 71 37 19 57

regis@clic-et-site.com