

Communiqué de presse

Le logiciel d'emailing édité par Sarbacane Software, Sarbacane 3, donne pleine satisfaction à ses utilisateurs

Hem, le 25 août 2009 – Sarbacane Software, principal acteur sur le marché de l'emailing en France, a mené une étude auprès des utilisateurs de son logiciel phare, Sarbacane 3, commercialisé en mars 2008, et vient d'en tirer des résultats éloquentes.

Un envoi qui se déroule sans accroc est l'entame d'une campagne réussie !

De nombreux Responsable Marketing ont déjà vécu les mésaventures suivantes : une base de données qui ne s'implémente pas correctement, la création d'un emailing en .html qui devient laborieuse, ou encore des statistiques de campagne incomplètes. Autant de facteurs qui font renoncer à utiliser pleinement un des outils marketing les plus employés aujourd'hui.



Depuis le lancement de la gamme Sarbacane en 2001, Sarbacane Software a toujours répondu aux exigences de ses clients en leur proposant un ratio équitable entre facilité d'utilisation et fonctionnalités riches.

L'interface de Sarbacane 3 a été totalement repensée afin de faciliter l'envoi de campagnes, dans le but de rendre l'envoi d'emailing accessible à tous, grandes, moyennes et petites entreprises. La solution a été améliorée d'un SRP (Service de Routage Professionnel) qui accentue la rapidité de traitement, un gestionnaire de contacts multi campagnes, mais aussi d'un système de correcteur d'orthographe.

Une solution à l'image de ses utilisateurs



L'étude menée pendant un an auprès des utilisateurs de Sarbacane 3 révèle que les attentes des clients sont en adéquation avec les caractéristiques du logiciel.

Ainsi, sur une échelle de 1 à 5, la majorité a été pleinement satisfaite par l'installation et le design (4,5/5 et 4,2/5 respectivement).

La fonction de test avant envoi d'une campagne, et l'envoi à proprement parler est également plébiscitée (4,2/5).

Les fonctionnalités de filtres, d'éditeurs .html, de délivrabilité, de tracking et de supports techniques obtiennent des notes variant entre 3,5/5 et 4/5.

Mathieu Tarnus, Directeur Marketing de Sarbacane Software, commente ces résultats : « *Sarbacane, c'est bientôt 10 ans de développement et d'expérience dans le monde de l'e-mailing. Avec la version 3, nos clients PME ont la solution la plus aboutie pour construire, envoyer et mesurer les résultats de leurs campagnes e-mailing. Mais nous ne nous arrêterons pas là, nos équipes ont sans cesse de nouvelles idées, nous continuerons à développer de nouvelles fonctionnalités innovantes pour assister toujours plus efficacement nos clients* ».

Plus d'informations sur cette solution : www.sarbacane.com

A Propos de Sarbacane Software :

Sarbacane Software est une entité du groupe GOTO Software.

Créée en 2001 à l'occasion du lancement de la première version du logiciel Sarbacane, Sarbacane Software est devenu un acteur majeur du marché de l'e-mailing en France avec plus de 12 000 clients utilisateurs de ses solutions.

Simplicité, confort d'utilisation et intuitivité sont des termes qui caractérisent les logiciels Sarbacane. Sarbacane 3, lancé en mars 2008, a été adopté par 3 500 clients, dont 40 % d'entre eux utilisent la nouvelle infrastructure de routage, le SRP.

En 2009, Sarbacane Software a enrichi son offre en lançant un studio graphique, Sarbacane Studio, afin d'aider ses clients à composer des messages plus dynamiques.

Contact presse

Benoît RENART

+33 (0) 328 328 328 poste 236

brenart@goto.fr