



## Mail Tracking [v 3.0.4]

logiciel d'emailing, tracking, suivi comportemental, routage d'emailing, SMTP.

<http://www.logitheque.com/fiche.asp?i=28561>

Editeur.....: NetPlus  
Site web.....: <http://www.cybernetplus.com/mailtracking/index.html>  
Particularités.....:  
A été téléchargé.....: 3 493 fois.  
Note Utilisateurs.....: 10,00/10 avec 1 votes.  
Scoring Logitheque...: 150  
Date d'inscription...: 20/3/2009  
Fiche mise à jour le.: 13/11/2010  
Type du logiciel.....: Freeware  
Prix.....:  
Achat en ligne.....:  
Langue.....: Français  
Système.....: Win 7 32-Win Vista-Win 2008-Win 2003-Win 2000-Win NT-Win XP-Win Me  
Runtime.....:  
Setup.....: Installation et désinstallation  
Date du fichier.....: 26/11/2010  
Taille du fichier....: 25809504 octets.  
Téléchargement.....: <http://www.logitheque.com/fiche.asp?i=28561>

## Descriptif de l'éditeur

Mail Tracking est destiné à faire le suivi minutieux et la traçabilité de vos correspondances électroniques (messages, factures, devis, campagnes, newsletters, documents etc.). Il vous permet de sonder les opinions d'un groupe restreint ou d'une collectivité (clients, adhérents, abonnés, prospects, salariés etc.), de diagnostiquer leurs attitudes, de suivre leur comportement, de déterminer leurs tendances, d'étudier leurs réactions, de comprendre leurs interactions, de définir leurs degrés d'acceptation ou de refus vis-à-vis d'un phénomène, d'un fait, d'une tendance, d'un produit, d'une offre ou autre, afin d'ajuster le contenu de vos correspondances en fonction des attentes détectées.

Mail Tracking vous permet de suivre, de près, les réactions comportementales de vos lecteurs, vis à vis de vos correspondances (messages, factures, devis, campagnes, newsletters, documents et autres) pour ajuster et adapter le contenu en fonction de leurs attentes détectées.

Mail Tracking vous permet d'analyser continuellement et en temps réel les résultats de vos envois afin de :

- Â» Savoir quels sont les destinataires qui ont lu votre message (combien de fois).
- Â» Savoir quels sont les destinataires qui ont consulté votre site web (et combien de fois).
- Â» Quels sont les liens de votre message les plus visités.
- Â» Gérer, automatiquement, les désabonnements volontaires de destinataires.
- Â» Evaluer et améliorer la performance de vos offres
- Â» Mesurer, avec précision, l'impact de votre campagne, sur l'ensemble de contacts.
- Â» Connaître l'avis des consommateurs sur le produit ou le service proposé et même sur votre entreprise.
- Â» Savoir quels sont les destinataires hésitants et douteux dans leurs prises de décision face à votre offre.
- Â» Transformer les destinataires hésitants et douteux en clients, puis les fidéliser.
- Â» Elaborer correctement des relances plus efficaces et pertinentes.