

Splio expone en el Expo E-Commerce las claves para optimizar comercialmente los emails y SMS transaccionales

Con el permanente debate entre las marcas sobre cómo alcanzar y fidelizar al cliente omnicanal, Splio expondrá en Expo E-Commerce, la feria de ecommerce más importante del país, las claves para optimizar comercialmente los emails y sms transaccionales, una de las herramientas de atención al cliente más olvidadas en términos de potencial comercial.

Con el permanente debate entre las marcas sobre cómo alcanzar y fidelizar al cliente omnicanal, Splio expondrá en Expo E-Commerce, la feria de ecommerce más importante del país, las claves para optimizar comercialmente los emails y sms transaccionales, una de las herramientas de atención al cliente más olvidadas en términos de potencial comercial. La multinacional francesa especializada en marketing directo acude además a esta próxima cita (Stand 822), que tendrá lugar los próximos 24 y 25 de abril en IFEMA Madrid, con la plataforma marketing multicanal EmailForge 4.

El Director General de Splio España, Jean-Baptiste Boubault, protagonizará una de las conferencias del evento bajo el título: "Mensajes transaccionales o "trigger" por email y SMS" (25 de Abril, 11.30h. Sala Criteo). El ejecutivo profundizará en las técnicas que se pueden aplicar en los mensajes transaccionales -que son aquellos que se envían de forma automatizada como respuesta a acciones como las suscripciones, seguimientos de pedido o confirmaciones- para aprovechar todo su potencial comercial.

Para Boubault, 'muchas empresas aún no tienen claras las posibilidades que tienen estos emails y SMS, que son los que tienen tasas de apertura más altas, y dejan escapar así oportunidades de negocio'. El Director General de Splio España explicará, a través de casos prácticos, cómo convertir estos mensajes en una potente herramienta de atención al cliente y la importancia de evitar que sean identificados como spam, ya que se puede arruinar así la relación con el cliente incluso antes de empezar.

Los emails y SMS transaccionales son precisamente uno de los elementos integrados en las funcionalidades de la plataforma de marketing multicanal EmailForge 4 de Splio. Una plataforma única en la que las empresas pueden coordinar sus campañas de marketing en diversos canales: Email, SMS y Social Media, alcanzando de manera efectiva al consumidor tradicional y al consumidor online. Todas las funcionalidades avanzadas del EmailForge 4 podrán conocerse de primera mano en el stand 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-commerciantes como Oooferton hayan confiado en Splio. Splio gestiona el envío de más de 1.000 millones de correos electrónicos al mes.

Datos de contacto:

Monica Fidelis
Comunicacion
933620840

Nota de prensa publicada en: [08017](#)

Categorías: [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>