

Avec Maximiles Services, American Express lance Resomail et propose des campagnes d'e-mailing géolocalisées

Paris, le 15 Février 2010 - Nouveau look web, nouveaux services : 18 mois après avoir lancé sa plateforme b-to-b resoclub.fr, American Express étoffe, avec Maximiles, sa gamme de services Marketing destinés aux commerçants indépendants affiliés en mettant à leur disposition Resomail, un outil d'e-mailing personnalisable spécialement adapté à leurs besoins en termes de coûts et de ciblage.

Resomail : des campagnes d'e-mailing de proximité ou nationales

Conçu pour répondre aux attentes des commerçants indépendants avec des services jusque là dédiés aux grandes enseignes, le site resoclub.fr d'American Express s'enrichit de nouvelles fonctionnalités particulièrement innovantes.

« Après avoir intégré de nombreux outils dans Resoclub (tels que des études de veille concurrentielle, tarifs préférentiels d'achat d'espace dans la presse locale, revues de presse, bons plans chez les partenaires ...), nous sommes ravis de proposer un nouveau service essentiel aux commerçants pour développer des campagnes de prospection et doper leur chiffre d'affaires », souligne Armand de Milleville, VP Directeur du Réseau de Commerçants American Express

Véritable agence marketing et apporteur d'affaires, la marque complète ainsi son offre en proposant désormais aux commerçants de créer des campagnes d'e-mailing particulièrement accessibles en termes de coût (à partir de 0,23€ le contact e-mail) sans minimum de facturation.

Par ailleurs, Resomail permet aux commerçants affiliés à la marque American Express de cibler leurs prospects de façon extrêmement pointue (critères de sélection par âge/sexe, profession,...), et de les personnaliser en réalisant des campagnes de proximité (dans une zone géographique dès 500 m) ou à l'échelon national.

NOUVEAU : À GAGNER SUR RESOCLUB.FR
50 CAMPAGNES DE PUBLICITÉ PAR E-MAIL

Soyez parmi les premiers à profiter du **nouveau service Resomail** en réalisant votre campagne d'e-mail. La solution la plus rapide et la plus économique pour contacter de nouveaux clients.

Une campagne* d'e-mail offerte aux 50 premiers inscrits, avec le code **RESOMAIL50**.

[Je participe](#)

*Dans la limite de 500 adresses e-mail par campagne offerte.

Maximiles

Lancé en septembre 2008, www.resoclub.fr
a déjà séduit plus de 65 000 commerçants

Resomail : l'accès à une base extrêmement qualifiée

Leader européen de la fidélisation sur Internet, Maximiles, dispose d'une base de plusieurs millions de contacts particulièrement qualifiés car recrutés à travers son réseau exclusif de plus de 110 sites marchands partenaires. Par ailleurs, ce spécialiste de la relation client a mis en place une démarche particulièrement incitative dans ses campagnes en y introduisant un programme de fidélité au profit des sociétés utilisatrices.

« Grâce à notre partenariat, American Express propose un service de qualité à ses commerçants : chaque ouverture d'e-mail garantit 5 points de fidélité au « Maximiler », ce qui augmente considérablement le taux d'ouverture des e-mails envoyés par les commerçants, leur assurant ainsi un réel retour sur investissement », précise Patrick Pedersen, directeur France de Maximiles.

Pour accéder à Resomail, les établissements affiliés à American Express peuvent saisir l'adresse suivante www.resoclub.fr/resomail puis se connecter avec leur numéro de commerçant American Express

A propos d'American Express

American Express Company est un groupe international présent dans le voyage et les services financiers. Fondé en 1850, il occupe des positions de premier plan dans les cartes de paiement et de crédit, les chèques de voyage, le voyage, les produits d'assurance. American Express est à la fois un réseau d'acceptation et la première société non bancaire émettrice de cartes de paiement au monde, en termes de nombre de cartes (92,4 millions de cartes en circulation émises en plus de 40 devises et acceptées dans plus de 200 pays) et de montant de dépenses (683,3 milliards de dollars) – chiffres à fin 2008. www.americanexpress.fr

A propos de Maximiles

Créé en 1999, MAXIMILES s'est imposé comme le leader européen de la fidélisation sur internet. La société opère les programmes de fidélité multi-enseignes sur Internet Maximiles.com en France, Espagne, Italie, et lpoints.co.uk en Angleterre. Ces programmes représentent 6,3 millions de membres et plus de 110 sites marchands partenaires. En 2008, Maximiles a réalisé un chiffre d'affaires de 16,48 millions d'euros. Le groupe a lancé récemment le programme de cashback sur internet Fabuleos. Le département Maximiles Services opère des programmes de fidélité ou de relation client à destination de grands comptes comme UGC., Bred, Balladins, Banques Populaires, Natixis, Alma Consulting, Onmedica.... La société a développé et breveté la technologie Dateos Membership System qui est la plateforme multicanal des programmes gérés en nom propre et pour compte de tiers. MAXIMILES est cotée sur Alternext d'Euronext Paris, et a reçu le label OSEO-ANVAR d'entreprise innovante. Code ISIN FR 0004174233 - Code MNEMO. ALMAX

Contact Presse American Express

Béatrice Hervieu
01 47 77 78 45/ 06 03 03 09 50
Beatrice.hervieu@aexp.com

Contact Presse Maximiles

Philippe Etienne, PhE Communication
06 11 95 38 30 / 01 44 88 76 58
philippe@phecom.com