

# Bonnes pratique de l'emailling

Attention !

Si l'e-mail n'est pas utilisé correctement, il peut se retourner contre votre image et votre business.

Pour concevoir une campagne, vous avez besoin de créer au préalable :

- > 1 message que vous pouvez personnaliser (en Html)
- > 1 ou plusieurs segments qui vous permettent d'envoyer votre message uniquement à une certaine partie de votre liste de membres
- > 1 liste de diffusion qui sert à regrouper le ou les segments que vous aurez créés

**Quelques idées sur la segmentation :**

- > Prospects vs Clients
- > Clients Actifs (ex : ayant effectué un achat / visite durant les 3 derniers mois)
- > Clients Dormants (ex : ayant effectué un achat / visite entre 3 et 6 mois)
- > Clients Inactifs, clients à réactiver (ex : pas d'achat / aucune visite durant les 6 derniers mois)
- > Clients VIP à forte valeur : acheteurs réguliers, addicts
- > B2B : grands comptes, PME
- > Les personnes qui viennent de s'inscrire peuvent être exclues des campagnes traditionnelles
- > Utiliser les comportements d'achats pour construire un cycle de vie :
  - Inscrits qui n'ont pas acheté
  - 1 seul achat

## 1 / Qu'est-ce qu'un fi chier de données ?

- > Un fi chier de données est un extrait de votre base de données de membres ou une liste externe.
- > il contient tous les champs dont vous aurez besoin lors de votre campagne :
  - informations nécessaires à la segmentation de votre base : opt-in, age, sexe, statut (client/prospect/suspect), pays, etc.
  - Les champs nécessaires à la personnalisation de vos messages : salutations, prénom, nom, nom du produit, centre d'intérêt, ville, etc.
- > Pour importer un fi chier, vous devez utiliser des fi chiers plats :
  - Fichiers CSV (avec le point virgule ou la virgule comme séparateur)
  - Fichiers TXT (séparé par | ou par TAB) : nous recommandons fortement l'utilisation de ce format afin d'éviter des problèmes lors de l'import de votre fi chier (par exemple si votre champ adresse contient des , ou des ;)
- > Vous devez récupérer ce fi chier de votre gestionnaire de données ou du département IT, incluant tous les champs requis pour votre campagne.
- > Si vous avez un fi chier Excel, vous devez convertir le fi chier en format texte :
  - ENREgistrER SoUS...
  - Sélectionner le type de fi chier Texte (avec TAB comme séparateur)
  - Valider la sauvegarde et accepter toutes les confirmations demandées par Excel

## 2. message

Qu'est un message e-mail ?

### 1. l'en-TÊTe

- > l'en-tête est ce qui est vu avant d'ouvrir le message.
- > Les lignes DE (FROM) et OBJET (SUBJECT) peuvent être personnalisées :
  - Avec le nom de vos clients
  - Avec des conditions
- > Ce sont les premiers éléments de votre message que vous devez tester. Nous avons constaté que le taux de réponse pouvait augmenter de 50% juste en changeant la ligne Objet.

#### REMARQUE

From : il permet d'identifier facilement l'expéditeur de l'e-mail. il est composé de deux éléments distincts :

- l'alias qui est généralement affiché par les FAI (à l'exception de AoL)
- L'adresse de l'expéditeur

l'objet : il doit être étroitement lié à l'offre intégrée dans le message tout en étant créatif afin d'inciter les internautes à ouvrir le message.

### 2. le corps

- > Un message peut être envoyé en format texte, html ou multipart (ou multiformat). Nous recommandons l'envoi en multipart car certains webmails ou FAI considèrent comme spam les messages envoyés seulement en texte ou seulement en html.

version Texte :

Rédiger un message simple et évitez d'utiliser la fonction copier/coller de Word car certains caractères (« , « ou ...) peuvent ne pas fonctionner correctement.

version hTml : vérifier qu'elle respecte bien les bonnes pratiques telles que :

- Un ratio équilibré entre le texte et les images,
- Un encodage HTML de base,
- Pas de feuille de style (CSS)
- Utilisation de tableaux,
- Pas de flash ou de javascript dans le message.

#### Quelques recommandations importantes :

- Mettre en place un lien miroir ( c'est un lien vers une copie de votre newsletter déposée sur un serveur et visible via un navigateur) en haut de votre message.
- insérer une phrase incitant à ajouter l'adresse d'envoi à la liste autorisée du carnet d'adresses.
- intégrer un message visible et facilement accessible de désabonnement. S'il s'agit d'un message partenaire (comme la promotion de produits d'un partenaire), nous vous recommandons de mettre ce lien de désinscription en haut du message.
- Mettre une courte description de votre offre sous la forme d'une ligne de texte en haut.

## **Quelques conseils lors de la création de votre message :**

Les règles de base

éviter les MAJUSCULES

HTML Simple (éviter javascript, tables, formulaires)

Pas trop de liens

Pas trop de couleurs

Pas trop de grandes tailles de polices de caractères

Eviter les mots spam (ex : gratuit)

Choisir avec soin l'objet de votre message

Lien de désabonnement à créer, en évitant d'écrire un lien du type «Cliquez ici»

Taille totale du message comprise entre 20 et 40 Ko

Il ne faut pas mettre de «-» ou de «+» dans le nom des images car certaines messageries ne savent pas les lire et bloquent les images

### **Parmi les mots à éviter**

Achetez maintenant

Ne pas supprimer

G ratuit Caché

Nouveauté Temps limité

Stop

Marketing

Casino

Vacances

Cliquez ici

Millions d'Euros

Cash

Viagra

Appelez maintenant

O pportunité

Crédit

Satisfaction

Call now

Comparer

Facilité de paiement garantie

Travailler de chez soi

Abonnez vous

Doublez votre revenu

Visitez notre site Internet

Pourquoi payer plus

G agnez XX Euros

Prêt

Vous avez été sélectionné

G agnez du temps

Commandez maintenant

### **L'e-mail marketing responsable : Code de conduite**

1. L'autorisation préalable est le point le plus important : vérifiez que votre opt-in est à 100% clair et volontaire
2. Ne louez pas ou n'achetez pas de liste d'adresses
3. Rendez la procédure de désabonnement le plus fluide possible

4. Proposez différents niveaux d'autorisation préalable (double opt-in, offres partenaires, etc.)
5. Envoyez des offres et des messages pertinents
6. Envoyez vos offres et messages au bon moment
7. Assurez-vous que votre création est correctement formatée pour l'ensemble de votre liste de membres
8. évitez l'usage de mots qui peuvent être considérés comme du « spam »
9. Testez différents niveaux de fréquence d'envoi avant le déploiement
10. Analysez les taux de désabonnement et de plainte