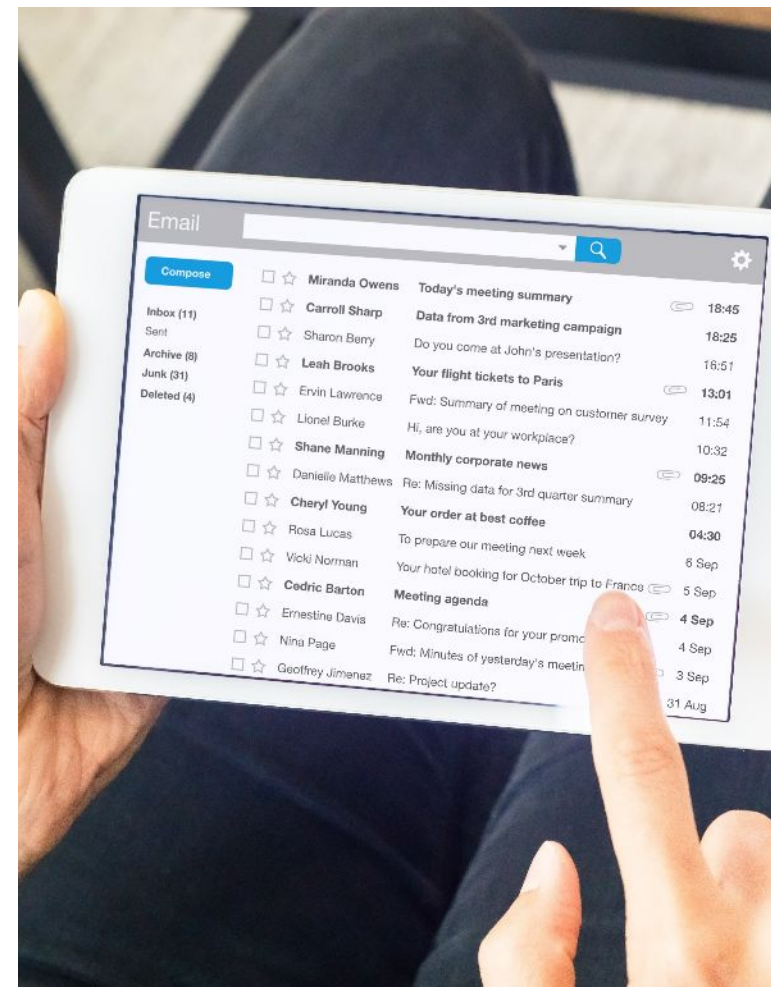


SEQUENCE 5 – Délivrabilité des e-mails



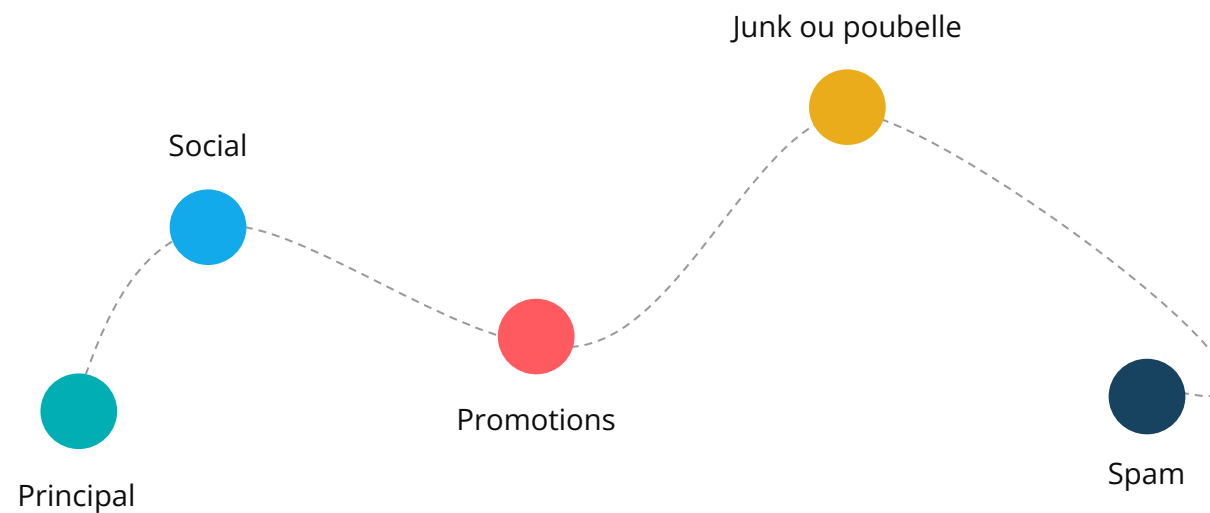
Délivrabilité des e-mails

Avoir votre e-mail dans la boîte de réception de votre abonné est le seul moyen d'être reconnu et d'obtenir des ouvertures et des conversions.





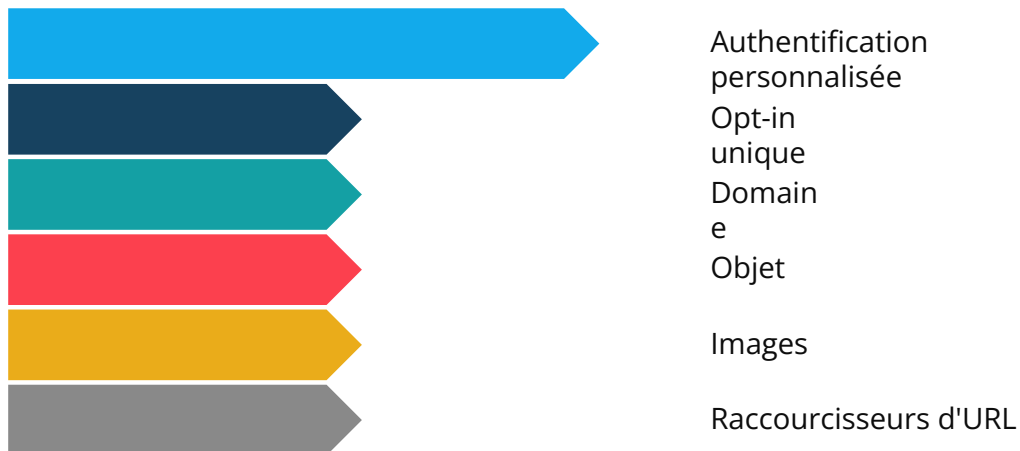
Dossiers de messagerie





Facteurs affectant la délivrabilité

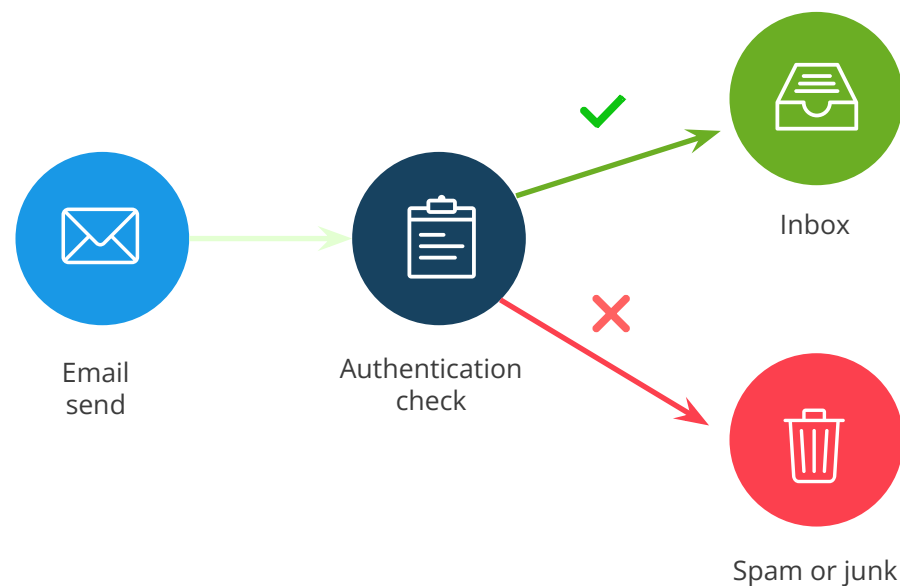
S'assurer que votre e-mail est livré dans la boîte de réception du destinataire prévu





Envoi d'un e-mail sans authentification personnalisée

En mettant les paramètres Sender Policy Framework, ou SPF, et Domain Keys Identified Mail (DKIM), les boîtes aux lettres de réception disposent d'informations vérifiables pour faire des références croisées avec vos campagnes de courrier électronique et déterminer si votre courrier électronique est réel.

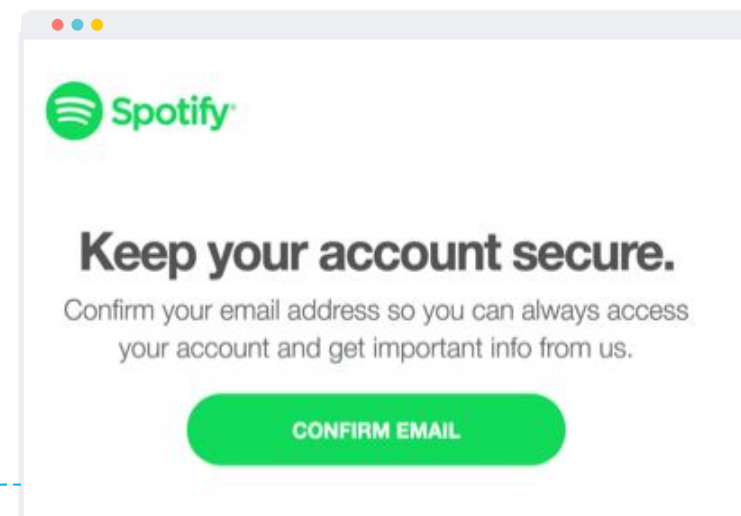




Utiliser un opt-in unique au lieu d'un double opt-in

Le double opt-in garantit qu'une fois l'adresse e-mail d'un utilisateur valide et qu'il souhaite s'abonner, ce qui améliore la délivrabilité des e-mails.

Lorsque vous vous inscrivez à un compte Spotify, ils vous envoient un e-mail de confirmation sur lequel vous devez cliquer avant que votre compte ne soit activé.





Avantages du double opt-in



Protège contre les inscriptions incorrectes

Donne à l'utilisateur une chance de se désinscrire en ne confirmant pas.

Réduit les spambots

Les spambots ne peuvent pas vérifier individuellement des milliers d'adresses e-mail.

Construit votre réputation d'envoi

Garantit que vos destinataires ne sont que des utilisateurs susceptibles d'interagir avec votre contenu.



Envoi d'e-mails à partir d'une adresse e-mail de domaine gratuit

Avantages de l'utilisation de domaines d'adresses et de sous-domaines authentifiés plutôt que d'adresses e-mail de domaine gratuites

Empêcher les filtres FAI de bloquer vos e-mails

Reconnaissable instantanément par vos destinataires

Construisez votre réputation d'envoi

Veillez à utiliser des domaines d'adresses ou des sous-domaines authentifiés dont vos destinataires s'attendent à recevoir des nouvelles.

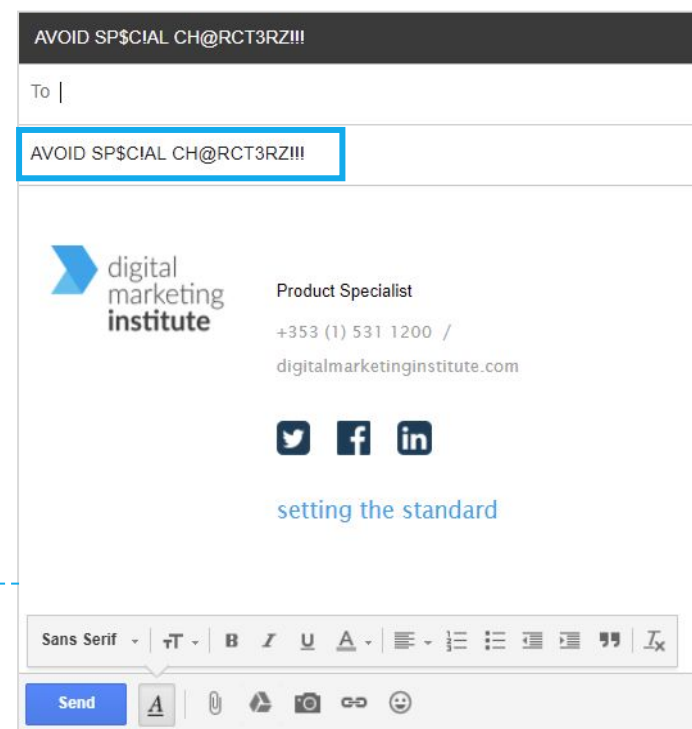


Utilisation de lignes d'objet peu claires ou de signalement de spam

Certaines pratiques d'écriture peuvent entraîner le signalement de vos e-mails comme spam

- 1 Évitez d'utiliser TOUTES LES MAJUSCULES.
 - 2 Évitez l'utilisation excessive et inutile de la ponctuation
 - 3 (!!!).
- Utilisez les symboles et les caractères spéciaux avec parcimonie et uniquement lorsque cela est pertinent.

La ligne d'objet présente les trois problèmes et il y a de fortes chances qu'un FAI pense qu'il s'agit d'un spam et ne transmette pas le message au destinataire.





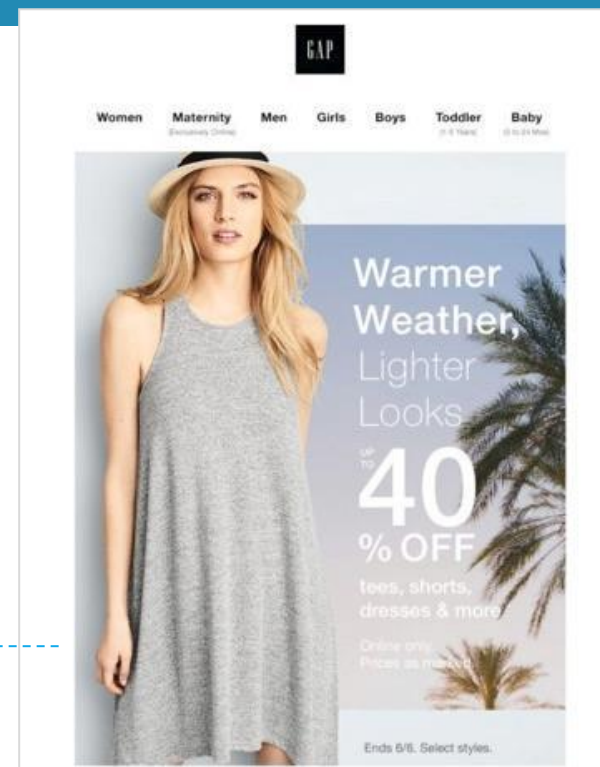
Envoi d'e-mails avec trop d'images

Envoi d'e-mails avec trop d'images

Les filtres anti-spam ne peuvent pas lire le texte contenu dans les images

- 1 Évitez d'utiliser une seule image.
- 2 Évitez d'utiliser plusieurs images avec très peu de texte.
- 3 Assurez-vous que le rapport image / texte est relativement uniforme, nous recommandons 3: 2 ou - un minimum de 60% de texte et un maximum de 40% d'image.

Cet e-mail légitime de GAP est un exemple de texte dans une image que les filtres anti-spam ne peuvent pas lire





Utilisation des raccourcisseurs d'URL

Utilisation des raccourcisseurs d'URL

Les raccourcisseurs d'URL sont très bien classés dans les filtres anti-spam.

- 1 Évitez les raccourcisseurs d'URL généraux. Évitez
- 2 d'insérer le lien URL complet sous forme de
- 3 texte. Créez un lien hypertexte avec le texte
- 4 approprié. Assurez-vous que tous vos liens vont vers des domaines légitimes.



A URL shortener is a service that takes a URL, such as a long URL link to a blog post, and then makes a shorter version of the link, e.g. bit.ly/1234

Reply Reply All Forward



AMAZONRewards

: Your-(\$100)_AMAZON_Prime Credit_Will Be Expiring-

To

! Links and other functionality have been disabled in this message. To turn on We converted this message into plain text format.

<<http://bit.ly/1T4kkeV>>

AMAZON .com Prime.

****ATTN: (-1-) IMPORTANT MSG, RECEIVED REGARDING YOUR AMA

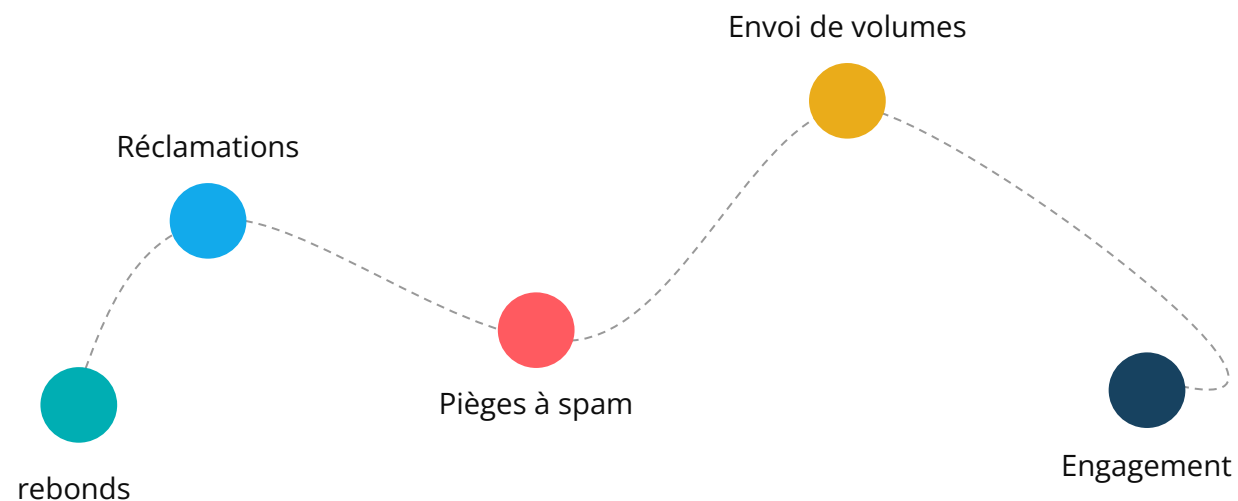
****AMAZON-PRIME (SHOPPER#9689) - -

****ONE (- 1 -) DAY ONLY!

<<http://bit.ly/1T4kkeV>>



Principaux défis lors de la livraison d'e-mails marketing



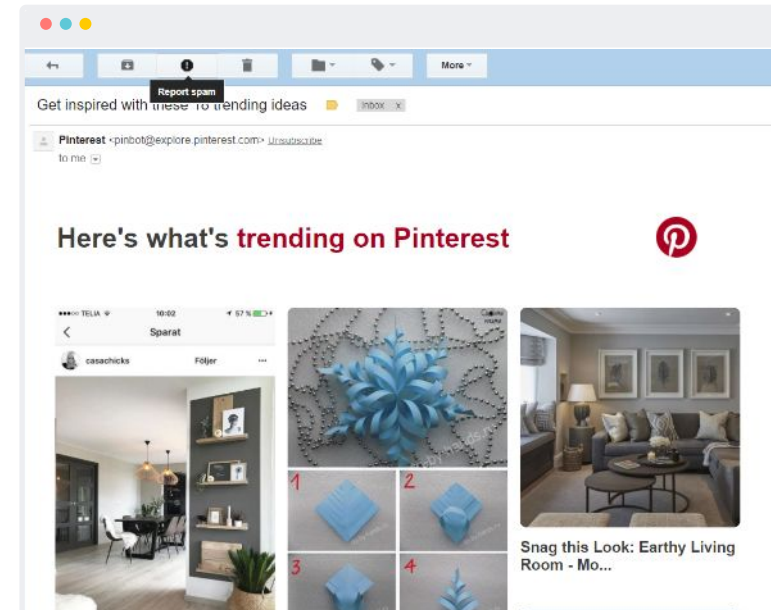


Plaintes de spam

Une plainte pour spam se produit lorsque le destinataire de l'e-mail clique sur le bouton "spam" ou "courrier indésirable" dans son client de messagerie.

Un utilisateur peut signaler l'e-mail comme spam car ils sont:

- 1 Je ne sais pas qui tu es
- 2 Je ne sais pas pourquoi vous leur envoyez un e-mail
- 3 Impossible de trouver le lien de désabonnement





Pièges à spam

Différents types de pièges à spam

Faute de frappe

Adresse e-mail avec le domaine du FAI mal orthographié

Recyclé

Adresse e-mail qui existait, puis a été abandonnée puis réactivée par le FAI

Parfaite

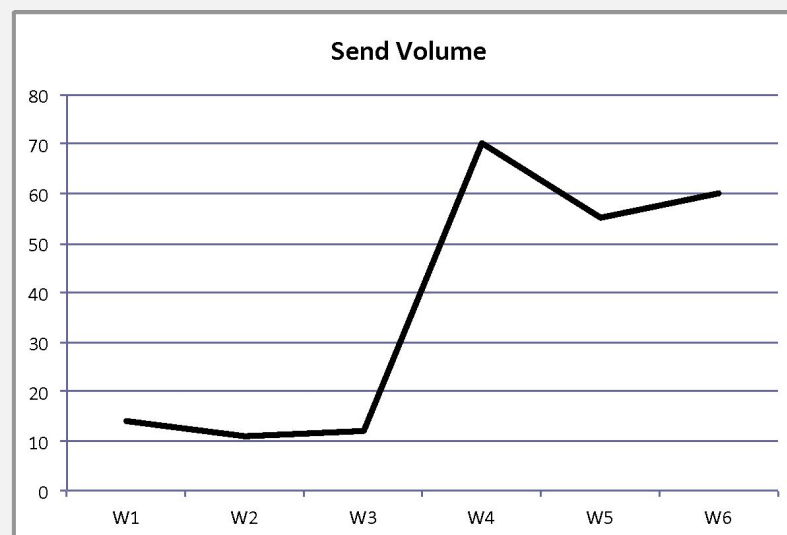
Adresse e-mail qui n'a jamais opté pour aucune communication par e-mail



Les volumes d'Envoi

Modèles d'envoi d'e-mails

Les FAI veulent voir un historique d'envoi et un modèle d'envoi établis afin de déterminer l'emplacement de la boîte de réception.

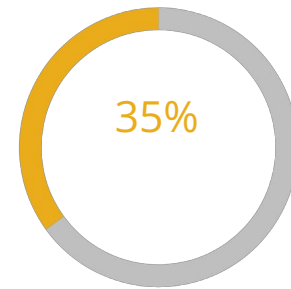




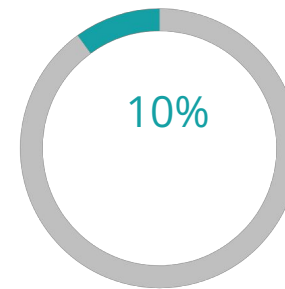
Engagement

Engagement

Certains FAI examinent l'engagement des destinataires pour déterminer la livraison de la boîte de réception par rapport à la livraison de dossiers indésirables. Plus le destinataire est engagé, plus il y a de chances que l'e-mail arrive dans sa boîte de réception.



Taux d'ouverture



Taux de clics

Les résultats ci-dessus concernent un e-mail très performant et indiquent aux FAI que les utilisateurs sont engagés avec l'e-mail et qu'il est peu probable qu'il s'agisse de spam.



Gestion de la diffusion des campagnes



Avant l'envoi - test

Subject Line	
7 Reasons to Become a Digital Marketer	
Status ▾	Explanation ▾
✓	Your subject line is clear, concise, and of a sensible length.
From Name	
Digital Marketing Institute	

Tester et optimiser

Ligne d'objet

Le nom

Moment de la journée



Gestion de la diffusion des campagnes

Avant l'envoi - examen des performances précédentes



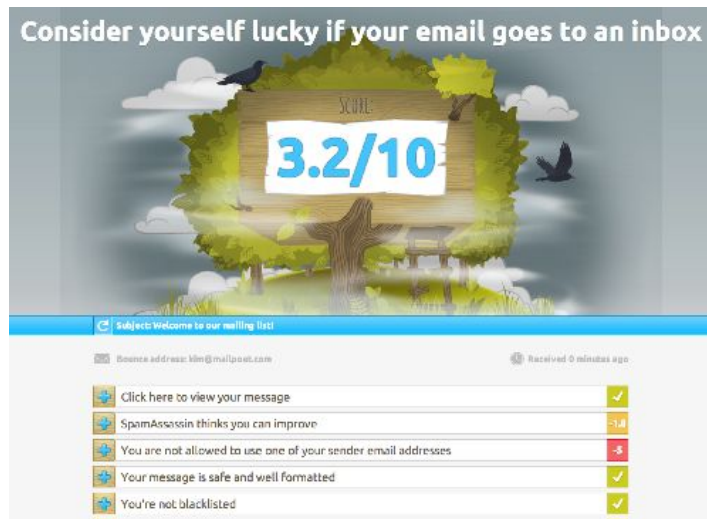
- Envoyé contre livré
- Ouverture et clic
- Surveiller les rebonds et les désabonnements



Gestion de la diffusion des campagnes

Gestion de la diffusion des campagnes

Avant l'envoi - vérification des listes noires



- L'adresse e-mail est sur la liste noire
- Le domaine n'est pas authentifié
- L'e-mail contient des erreurs
- Aucun lien cassé



Gestion de la diffusion des campagnes



Après l'envoi - métriques d'engagement



Ouvertures



clics



Conversions



Tendances



désabonnement



Rebonds



Spam



Gestion de la diffusion des campagnes

Après l'envoi - comprendre, gérer et supprimer



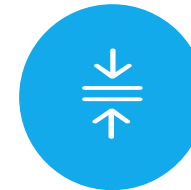
Surveiller la livraison

Suivez la livraison de vos e-mails en examinant les taux de rebond et les taux de réponse



Bonne hygiène de liste

Purgez régulièrement votre liste des e-mails invalides et des non-répondeurs



Utiliser le double opt-in

Envoyer un e-mail de confirmation lorsque les utilisateurs s'abonnent pour la première fois à votre liste



CQFR

Dossiers de messagerie

Les fournisseurs de services de messagerie classent les emails dans différents dossiers tels que la boîte de réception, les spams ou les promotions. Une bonne délivrabilité vise à assurer que les emails atteignent la boîte de réception des destinataires.

Facteurs affectant la délivrabilité

Plusieurs facteurs peuvent influencer la délivrabilité des emails. Cela inclut la réputation de l'expéditeur, la qualité de la liste de contacts, le respect des bonnes pratiques d'emailing, la personnalisation du contenu et l'engagement des destinataires.



CQFR



Authentification personnalisée

L'envoi d'un email avec une authentification personnalisée, telle que le protocole SPF, DKIM ou DMARC, permet de prouver l'identité de l'expéditeur et d'améliorer la délivrabilité en réduisant les risques de spoofing ou de phishing.

Opt-in unique

L'utilisation d'un opt-in unique signifie que les destinataires doivent s'inscrire une seule fois pour recevoir des emails. Cela peut faciliter le processus d'inscription, mais il est important de s'assurer que les destinataires sont réellement intéressés par les emails pour éviter de les considérer comme des spams.



Adresse email de domaine gratuit

L'envoi d'un email à partir d'une adresse email de domaine gratuit (comme Gmail ou Yahoo) peut affecter la délivrabilité car cela peut être perçu comme un signe de spam. Il est préférable d'utiliser une adresse email professionnelle liée à votre propre domaine.

Objet ambigu ou signalement de spam

L'utilisation d'un objet ambigu ou l'envoi d'emails qui sont souvent signalés comme du spam peuvent nuire à la délivrabilité. Il est important d'utiliser des objets clairs, pertinents et non trompeurs, et d'éviter les pratiques suspectes qui pourraient entraîner des signalements de spam.



CQFR

Envoi d'email avec trop d'images

L'utilisation excessive d'images dans un email peut déclencher les filtres anti-spam et affecter la délivrabilité. Il est recommandé de trouver un équilibre entre le texte et les images et d'inclure une description alternative (balise ALT) pour les images.

Utilisation de raccourcisseurs d'URL

Les raccourcisseurs d'URL peuvent être considérés comme des indicateurs de spam, car ils cachent la véritable destination du lien. Il est préférable d'utiliser des liens directs et de fournir des URLs lisibles et compréhensibles.



CQFR



Pièges à spam

Les pièges à spam sont des adresses email créées spécifiquement pour détecter les pratiques de spam. L'envoi d'emails à ces adresses peut affecter la réputation de l'expéditeur. Il est important de maintenir une liste de contacts propre et mise à jour pour éviter de tomber dans de tels pièges.

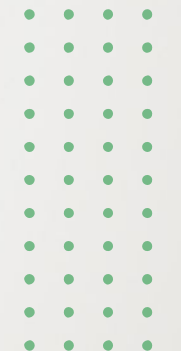
Gestion de la diffusion des campagnes

Une bonne gestion de la diffusion des campagnes d'emailing implique de respecter les limites de fréquence d'envoi, d'optimiser les horaires d'envoi en fonction de l'engagement des destinataires, de surveiller les taux de rebond et les plaintes, et de maintenir une liste de contacts de qualité.



CQFR

En résumé, la délivrabilité de l'email est un aspect crucial de l'emailing. Il est important de prendre en compte les dossiers de messagerie, les facteurs affectant la délivrabilité, l'authentification personnalisée, l'utilisation d'un opt-in unique, l'envoi d'emails à partir d'une adresse email de domaine gratuit, l'utilisation d'objets clairs et non ambigus, la limitation de l'utilisation excessive d'images, l'évitement des raccourcisseurs d'URL suspectés de spam, la vigilance contre les pièges à spam, et la gestion appropriée de la diffusion des campagnes pour maximiser l'efficacité de l'emailing.



JEREJEF

