

Voici les instructions pour rédiger un bon email du type #1.

...

## Email Type #1: Promotional emails – Crafting Instructions

Use these steps to produce a punchy, on-brand “Seasonal & Calendar Deals” email. Swap in your theme, courses and promotion; follow the structure, tone and length guidelines to get consistent, high-impact results.

1. Begin with a line of 10 # characters:

None

#####

### 1. Language Header

- On its own line:

None

LANGUAGE: ENGLISH

- Blank line after.

### 2. Subject Line & Preview Text

- **Subject Line:** 35–40 chars max, include theme & promo if applicable.

None

Subject Line: ...

- **Preview Text:** 35-50 chars max, tease value.

None

Preview Text: ...

- Blank line after.

### 3. Hero Banner

- **Title:** 30–40 chars max, “movie teaser” impact.

None

Hero Banner Title: ...

- **Subtitle:** 80–100 chars max, expand the hook.

None

Subtitle: ...

- **CTA:** 2–3 words, 10–20 chars max.

None

CTA: ...

- Blank line after.

#### 4. Descriptive / Storytelling Block

- **Title**
- **Subtitle**
- **Make it 2–3 short paragraphs** (~300–400 characters total), weaving in:
  - **One Transformative-Grid angle** (choose exactly one: HAVE, FEEL, STATUS or AVG DAY).
  - **Implicit “Why me? Why now? How?”**—no literal question labels.
  - **Emotive, sensory language** and varied CTAs inline (questions, “after” scenes, proof).
  - Use a **framework** (see below for the ones available and approved to use)
    1. Vary the framework structure (“Problem → Solution → CTA” or “Offer → Reason → Urgency”) from 1 email to another (especially in the same flow or sequence), we want to add excitement for the reader
  - Pick a **design direction** that best fit the chosen framework/content (see below for the ones available and approved to use)
    1. Make sure to add indicators of the design style to help the design team understand the design vision : add `[[element style]]` before the text content. For example, “`[[image-text table]]` Benefit 1, Benefit 2, benefit 3”.
    2. **Approved markers:** `[[image-text]]`, `[[pull-quote]]`, `[[icon row]]`, `[[table]]`, `[[tip list]]`
    3. When we use image-text tables, we need at least 3 "sections" of text so that we can make a img-text rotation on 3 rows.
    4. Vary the type from one email to another just like the framework.
  - **Final CTA** at block end (2–3 words).
- Blank line after.

EXTRA CONTEXT TO MAKE THE COPY BETTER IN A PINCH : Refer to the PDF “Transformations” to see how to find and craft good Transformations if you were not given enough context.

## Framework Categories (to pull from)

### Promo / Conversion-Focused Blocks

### 1. Problem → Solution → CTA

“Tired of [pain point]? Our [product] makes it effortless.  
No more [annoying detail] — just [desired outcome].”  
➡ CTA: *Shop now*

→ Works great for sale drops, bundles, or product reintroductions.

---

### 2. Offer → Reason → Urgency

“Our best-selling serum — now 25% off.  
Because glowing skin shouldn’t wait.  
Ends tonight.”

→ Straightforward, emotional + time-sensitive.

---

### 3. Transformation Snapshot

“From dull to radiant — that’s the power of 2 weeks with our formula.  
Real results, zero gimmicks.”

→ Use when showing before/after or customer reviews.

---

### 4. Lifestyle Aspiration

“For slow mornings, cozy evenings, and every moment in between —  
this is comfort you’ll reach for daily.”

→ Perfect when selling a *feeling* (fashion, home, wellness).

---

## Educational / Value-Add Blocks

### 5. Teach Something, Then Tie to Product

“Hydration starts before your moisturizer — it’s about sealing moisture from within.  
That’s why our serum layers perfectly under your daily cream.”

→ Subtle education + natural segue to product.

---

## 6. Quick Tips Format (1–2 lines)

“Better sleep starts with:

- A cooler room
- A calmer mind
- The right pillow — like ours.”

→ Light and skimmable; blends value with soft promo.

---

## 7. Myth → Truth → CTA

“Myth: You need heavy creams for dry skin.

Truth: You just need *smart hydration*. Try it here.”

→ Adds authority and conversational tone.

---

## Emotional / Brand-Building Blocks

### 8. Story Hook (Founder/Customer/Behind-the-Scenes)

“When we first made this blend, it was for our own kitchen table.

Now, thousands of families enjoy it every morning.”

→ Builds warmth and authenticity.

---

### 9. Gratitude & Inclusion

“You helped us reach 10,000 happy customers — and we couldn’t be prouder.

Here’s a small thank-you.”

→ Use for milestones, anniversaries, or community moments.

---

### 10. Challenge/Invitation

“This week, make one small change for yourself — start your mornings mindfully.

Our brew is here to help.”

→ Feels like a nudge rather than a sell; soft call to action.

---

## Design Elements to Choose From

Assistant selects one that fits the story energy and readability goal:

- **Bullet lists** for clarity or “tips” formats
- **Split image-text layouts** (visual storytelling)
- **Side-by-side table blocks** (comparisons, before/after, bundle breakdown)
- **Pull-quotes or bold callouts** to anchor emotional lines
- **Icons or small illustrations** for accessibility and variety
- **Simple sales pitch** : Convey the benefits, the offer and the urgency. A few lines that pushes people to click.

### 5. Product Block

- **Title:** 30–40 chars max.

None

mathematica

Copy

Product Block Title: ...

- **Subtitle:** 60–80 chars max.

None

makefile

Copy

Subtitle: ...

- **Products:** list each product on its own line

None

Products:

Product 1

Product 2

- **CTA:** 2–3 words, 10–20 chars max.

None

CTA: ...

- Blank line after.

## 6. Closing Separator

- Line of 10 # characters:

None

#####

---

## Length & Tone Checklist

- **Subject:** 35–40 chars
- **Preview:** 35–55 chars
- **Hero Title:** 30–40 chars

- **Hero Subtitle:** ≤100 chars
- **Descriptive Bloc Title**
- **Descriptive Bloc Subtitle**
- **Descriptive Block:** ~300–400 chars, 2–3 paras
- **Product Title:** 30–40 chars
- **Product Subtitle:** ≤80 chars
- **CTA buttons/links:** 2–3 words, ≤20 chars
- **Voice:** Warm, conversational, empowering (“you’re”, “we’ll”), occasional emoji, varied sentences.
- **CTAs:** Vary style (question, proof, “after” imagery) to avoid repetition.
- Never use “em dashes”
- Never put emojis in the copy except for
  - Subject line/preview if you see fit to grab attention (do not add it systematically to all emails)
  - Descriptive block text to add pop, contrast, bullet point

Use this blueprint each time you build a Promotional Deals email—just swap the theme description, dates, courses, promo details and transformation angle to keep your campaigns fresh and high-converting.

...

Voici aussi des exemples :

## Email 02

### Description du thème :

Une matinée lumineuse, l’odeur fraîche des cheveux propres... et un nouveau geste beauté qui rend le démêlage encore plus facile et agréable.

#####

LANGUAGE: FRENCH

Subject Line : Le duo PopBrush qui change tout ✨

Preview Text : Aujourd’hui seulement : 1 spray OFFERT pour prolonger la magie de votre PopBrush.

Hero Banner Title : Le duo parfait est là

Hero Banner Subtitle : PopBrush + Spray démêlant : douceur et brillance sans effort.

CTA : Profitez de l'offre

**Descriptive Block Title** : Votre PopBrush a trouvé son allié

**Sub-title** : Un geste beauté qui prolonge la douceur et la brillance.

Vous l'attendiez... le voici enfin 🎉

Notre nouveau **Spray PopBrush** est arrivé, et il est prêt à transformer vos routines capillaires. Ce n'est pas juste un produit de plus : c'est le complément idéal de votre brosse PopBrush.

Ensemble, ils forment un duo irrésistible : comme café & lait ou pain & beurre, ils vont de pair pour sublimer vos cheveux et rendre chaque coiffage plus simple, plus doux, plus rapide.

- Démêle en un geste, même sur cheveux mouillés ou très emmêlés.
- Protège contre la casse et les frisottis dès la première utilisation.
- Laisse un parfum léger et agréable qui vous accompagne toute la journée.
- Apporte brillance et souplesse sans alourdir.

👉 **Offre de lancement VIP** : 1 spray acheté = 1 spray OFFERT (valeur 19,90€).

🕒 Offre valable **pour une durée limitée et réservée exclusivement à notre communauté VIP**.

CTA : Profitez de l'offre

**Product Block Title** : Spray PopBrush

**Product Block Subtitle** : Le secret pour un démêlage encore plus doux et rapide.

Images :

Spray PopBrush (<https://popbrush.fr/products/spray-popbrush>)

CTA : Profitez de l'offre

#####

## Email 03

**Description du thème** :

Une fin de journée paisible, lumière dorée... et un geste beauté qui transforme la routine capillaire en moment complice et serein.

#####

LANGUAGE: FRENCH

Subject Line : La petite histoire derrière notre nouveau spray 🧡

Preview Text : Né d'un vote du public et de tests réels pour sublimer votre routine PopBrush.

Hero Banner Title : Plus qu'un produit, une mission

Hero Banner Subtitle : Rendre chaque coiffage doux, rapide et sans stress.

CTA : Profitez de l'offre

**Descriptive Block Title** : Du rêve à la réalité ✨

**Sub-title** : Comment un vote de la communauté est devenu un indispensable capillaire.

Quand nous avons créé la **PopBrush**, notre mission était claire : transformer vos matins en un moment doux, rapide et sans stress. Mais très vite, nous avons voulu aller plus loin... et trouver un produit complémentaire capable d'amener cette expérience à un tout autre niveau.

Avec votre aide – grâce à vos votes et vos idées – nous avons imaginé, testé et peaufiné une formule. Des essais en laboratoire aux tests dans la vraie vie, jusqu'à ce que tout soit parfait... et c'est ainsi qu'est né le **Spray PopBrush**.

Aujourd'hui, c'est bien plus qu'un produit :

- Un parfum délicat qui met toute la famille de bonne humeur.
- Une sensation de fluidité qui évite les tiraillements et les grimaces.
- Un geste simple qui rapproche parents et enfants, même les matins pressés.

🧡 **Offre de lancement VIP** : 1 spray acheté = 1 spray OFFERT (valeur 19,90€).

🕒 Offre valable **jusqu'au 27 août** et **réservée exclusivement à notre communauté VIP**.

**CTA** : Profitez de l'offre

---

**Product Block Title** : Spray PopBrush 🧡

**Product Block Subtitle** : Le secret pour un démêlage encore plus doux et rapide.

Images :

Spray PopBrush (<https://popbrush.fr/products/spray-popbrush>)

CTA : Profitez de l'offre

#####

# Email 04

## Description du thème :

Un matin clair, sans précipitation... juste quelques gestes simples et le plaisir de voir toute la famille prête à temps, sourire aux lèvres.

#####

LANGUAGE: FRENCH

Subject Line : Dernière chance pour votre spray PopBrush 🧡

Preview Text : L'offre VIP se termine ce soir : 1 spray acheté = 1 offert, avant ouverture au public.

Hero Banner Title : Matins fluides, cheveux parfaits *[[AJOUTER COUNTDOWN TIMER - date de fin : 26 août 23h59]]*

Hero Banner Subtitle : Le spray qui simplifie votre routine capillaire au quotidien.

CTA : Profitez de l'offre

**Descriptive Block Title** : Ce matin, tout a changé ✨

**Subtitle** : Le spray PopBrush transforme vos débuts de journée.

Votre routine du matin peut être simple, fluide... et même agréable. Avec le **Spray PopBrush**, quelques pulvérisations suffisent pour que vos cheveux se démêlent facilement, restent doux et brillants toute la journée. Pas de rinçage, pas de cris, juste un moment serein pour toute la famille. C'est **LE spray doux pour enfants** qui adoucit, démêle et protège, tout en laissant un parfum léger qui donne le sourire dès le matin.

🧡 **Offre de lancement VIP** : 1 spray acheté = 1 spray OFFERT (valeur 19,90€).

🕒 Offre valable **jusqu'à ce soir uniquement** et **réservée exclusivement à notre communauté VIP**, avant ouverture au grand public.

**CTA** : Profitez de l'offre

**Product Block Title** : Spray PopBrush 🧡

**Product Block Subtitle** : L'allié douceur pour des matins sans stress.

Images :

Spray PopBrush

CTA : Profitez de l'offre

#####

—