

Préface : Maîtrisez l'emailing pour optimiser votre communication technique

Dans un monde professionnel ou associatif de plus en plus digitalisé, l'email est devenu l'outil de communication par excellence. Pour les techniciens, il est indispensable de maîtriser cet outil pour échanger des informations techniques complexes, collaborer avec des équipes distantes et assurer un suivi efficace de leurs projets.

Cet e-book a pour objectif de vous fournir les clés pour optimiser votre communication par email dans un contexte technique. Nous aborderons les aspects fondamentaux de l'emailing, tels que la rédaction de messages clairs et concis, la gestion de votre boîte de réception, et l'utilisation d'outils collaboratifs. Vous découvrirez également des astuces pour améliorer votre productivité et éviter les erreurs courantes.

Pourquoi cet e-book est-il fait pour vous ?

- **Vous êtes technicien ou étudiant** et vous souhaitez améliorer votre communication écrite.
- **Vous travaillez dans un environnement collaboratif** et vous avez besoin d'outils efficaces pour échanger avec vos collègues.
- **Vous souhaitez optimiser votre productivité** et gagner du temps dans la gestion de vos emails.
- **Vous cherchez des solutions pour mieux organiser vos informations de contacts.**

Dans cet e-book, vous apprendrez à :

- **Structurer vos emails** pour une meilleure compréhension.
- **Choisir le bon ton et le vocabulaire adapté** à votre audience.
- **Utiliser les pièces jointes et les liens efficacement.**
- **Organiser votre boîte de réception** pour retrouver facilement vos messages.
- **Collaborer efficacement** avec vos équipes à distance.
- **Sécuriser vos échanges** en évitant les pièges du phishing et des virus.
- **Utiliser les outils collaboratifs** pour améliorer votre productivité.

Que vous soyez un débutant , un utilisateur expérimenté ou un particulier , cet e-book vous apportera des connaissances précieuses pour optimiser votre communication par email et devenir un opérationnel encore plus efficace.

Prêt à relever le défi ? Plongez dans cet e-book et découvrez toutes les astuces pour maîtriser l'art de l'emailing technique !

Chapitre 1

Introduction

1 – 1 – définition de l'emailing

L'emailing : un outil de communication incontournable

L'**emailing** désigne l'envoi d'un message électronique à un ou plusieurs destinataires, généralement dans un but commercial ou marketing. Il s'agit d'une technique de communication directe qui permet d'établir un lien personnalisé avec une audience ciblée.

En termes plus simples, l'emailing consiste à envoyer des emails en masse pour informer, promouvoir ou vendre un produit, un service ou une idée.

Les principaux objectifs de l'emailing :

L'**emailing** est bien plus qu'un simple envoi de message électronique. C'est un outil de communication direct et personnalisé qui permet d'établir une relation privilégiée avec vos clients et prospects.

- **Fidéliser la clientèle:**
 - Envoyer des newsletters régulières pour les tenir informés de vos nouveautés.
 - Proposer des offres personnalisées en fonction de leur historique d'achat.
 - Féliciter vos clients pour leur anniversaire ou un événement particulier.
- **Générer du trafic sur votre site web:**
 - Informer de la sortie d'un nouveau produit ou d'un événement.
 - Créer un sentiment d'urgence avec des offres limitées dans le temps.
 - Mettre en avant des articles de blog pertinents.
- **Augmenter les ventes:**
 - Proposer des codes promo exclusifs.
 - Mettre en avant des produits complémentaires ou associés à un achat précédent.
 - Lancer des campagnes de soldes ou de liquidation.
- **Améliorer l'image de marque:**
 - Partager les valeurs de votre entreprise.
 - Mettre en avant votre expertise dans un domaine spécifique.
 - Créer du contenu engageant et informatif.
- **Collecter des leads:**
 - Proposer des contenus exclusifs en échange d'une inscription à votre newsletter.
 - Organiser des concours ou des jeux-concours.
 - Télécharger un ebook

En résumé, l'emailing vous permet de :

- **Communiquer de manière personnalisée** avec chacun de vos contacts.
- **Créer une relation de confiance** avec vos clients.
- **Mesurer l'efficacité de vos campagnes** grâce aux statistiques détaillées fournies par les logiciels d'emailing.

- **Optimiser votre retour sur investissement** en ciblant les bonnes personnes avec les bons messages.

Les avantages de l'emailing

L'emailing offre une multitude d'avantages pour les entreprises souhaitant communiquer efficacement avec leurs clients et prospects. Voici les principaux :

1. Personnalisation à grande échelle:

- **Contenu adapté:** Vous pouvez personnaliser chacun de vos emails en fonction des intérêts et du comportement de chaque destinataire (prénom, historique d'achat, centres d'intérêt).
- **Offres ciblées:** Proposez des offres promotionnelles adaptées à chaque segment de votre audience.

2. Mesurabilité et suivi des performances:

- **Statistiques détaillées:** Les logiciels d'emailing vous permettent de suivre en temps réel l'ouverture de vos emails, les clics, les désabonnements, etc.
- **Optimisation des campagnes:** Grâce à ces données, vous pouvez ajuster vos stratégies pour améliorer vos résultats.

3. Coût réduit:

- **Investissement initial faible:** L'achat d'un logiciel d'emailing représente un coût relativement faible.
- **Économies d'échelle:** Envoyer un email à des milliers de personnes revient beaucoup moins cher qu'un envoi postal.

4. Ciblage précis:

- **Segmentation de la liste:** Divisez votre liste de contacts en segments plus petits pour envoyer des messages plus pertinents.
- **Augmentation du taux d'engagement:** En ciblant les bonnes personnes avec les bons messages, vous augmentez vos chances d'obtenir des résultats.

5. Flexibilité:

- **Contenu varié:** Vous pouvez inclure du texte, des images, des vidéos, des liens et même des formulaires dans vos emails.
- **Format adaptable:** Les emails s'adaptent à tous les types d'appareils (ordinateur, tablette, smartphone).

6. Automatisation des campagnes:

- **Gain de temps:** Les logiciels d'emailing vous permettent d'automatiser l'envoi de vos campagnes, de créer des séries d'emails automatiques (ex : bienvenue, anniversaire, relance de panier abandonné) et de déclencher des actions en fonction du comportement de vos contacts.

7. Amélioration de la relation client:

- **Communication personnalisée:** L'emailing vous permet de renforcer le lien avec vos clients en leur offrant une expérience personnalisée.
- **Fidélisation:** En les tenant informés de vos nouveautés et en leur proposant des offres exclusives, vous encouragez vos clients à revenir.

En résumé, l'emailing est un outil puissant qui vous permet de :

- **Fidéliser vos clients**
- **Générer du trafic sur votre site web**
- **Augmenter vos ventes**
- **Améliorer votre image de marque**
- **Collecter des leads**

1 – 2 – rôle des logiciels d'emailing

Les logiciels d'emailing sont devenus des outils incontournables dans le paysage du marketing digital. Ils permettent d'automatiser et de personnaliser la communication avec vos clients et prospects, optimisant ainsi vos campagnes marketing.

Quelles sont leurs principales fonctions ?

- **Création et personnalisation d'emails:**
 - Éditeurs visuels intuitifs pour créer des emails attractifs sans compétences en HTML.
 - Personnalisation massive des emails en fonction des données de vos contacts (prénom, historique d'achat, etc.).
- **Gestion de listes de contacts:**
 - Importation et exportation de listes de contacts.
 - Segmentation de votre liste pour envoyer des messages ciblés.
 - Nettoyage automatique des listes pour garantir une meilleure délivrabilité.
- **Automatisation des campagnes:**
 - Envoi d'emails automatiques déclenchés par des événements (anniversaire, achat, etc.).
 - Création de scénarios d'emailing personnalisés (séries de bienvenue, relance de panier abandonné).
- **Suivi des performances:**
 - Analyse détaillée des taux d'ouverture, de clics, de désabonnement.
 - Création de rapports personnalisés pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.
- **Intégration avec d'autres outils:**
 - Synchronisation avec votre CRM, votre site web ou d'autres outils marketing pour une vision globale de vos clients.

Pourquoi utiliser un logiciel d'emailing ?

- **Améliorer la relation client:** Personnalisez vos messages pour renforcer le lien avec vos clients.

- **Augmenter le taux de conversion:** Transformez vos prospects en clients grâce à des offres ciblées.
- **Optimiser votre retour sur investissement:** Mesurez l'efficacité de vos campagnes et ajustez vos stratégies en conséquence.
- **Gagner du temps:** Automatisez les tâches répétitives et gagnez en productivité.
- **Respecter la réglementation:** Assurez-vous de respecter les réglementations en vigueur (RGPD, CAN-SPAM, etc.).

En résumé

Les logiciels d'emailing sont des outils puissants qui vous permettent de :

- **Cibler** votre audience avec précision.
- **Personnaliser** votre communication.
- **Automatiser** vos campagnes.
- **Mesurer** l'efficacité de vos actions.
- **Optimiser** votre retour sur investissement.

En choisissant le bon logiciel d'emailing et en mettant en place une stratégie efficace, vous pourrez renforcer votre relation client, augmenter vos ventes et développer votre activité.

Voici quelques exemples de logiciels d'emailing populaires :

- **Mailchimp** : Une solution tout-en-un pour les petites et moyennes entreprises.
- **Sendinblue** : Une plateforme complète proposant des fonctionnalités d'emailing, SMS et chat.
- **HubSpot** : Une solution marketing complète qui inclut un module d'emailing puissant.
- **ActiveCampaign** : Un outil de marketing automation performant.

1 – 3 - Pourquoi investir dans un logiciel d'emailing ? Les enjeux pour votre entreprise

Un logiciel d'emailing est devenu un outil indispensable pour toute entreprise souhaitant optimiser sa communication et développer sa relation client. Voici pourquoi il est crucial d'investir dans une telle solution :

Les enjeux de ne pas utiliser de logiciel d'emailing :

- **Manque de personnalisation:** Les emails envoyés manuellement sont souvent génériques et ne parviennent pas à créer un lien avec le destinataire.
- **Difficulté de segmentation:** Il est complexe de cibler des segments de clientèle précis sans outil spécifique.
- **Suivi des performances limité:** Sans logiciel, il est difficile de mesurer l'efficacité de vos campagnes et d'en tirer des enseignements.
- **Risque d'erreurs:** Les envois manuels sont plus sujets aux erreurs (fautes d'orthographe, adresses incorrectes).
- **Perte de temps:** La gestion manuelle des campagnes d'emailing est chronophage.

Les avantages d'investir dans un logiciel d'emailing :

- **Personnalisation à grande échelle:** Adaptez vos messages à chaque destinataire pour renforcer votre relation client.
- **Automatisation des campagnes:** Gagnez du temps et augmentez votre productivité en automatisant les tâches répétitives.
- **Mesurabilité:** Suivez en temps réel les performances de vos campagnes et ajustez vos stratégies en conséquence.
- **Ciblage précis:** Atteignez les bonnes personnes avec les bons messages pour optimiser votre retour sur investissement.
- **Amélioration de l'image de marque:** Une communication personnalisée et régulière renforce votre image de marque.
- **Augmentation du chiffre d'affaires:** Les campagnes d'emailing bien conçues peuvent générer des ventes supplémentaires et fidéliser votre clientèle.

En résumé, les enjeux sont les suivants :

- **Rester compétitif:** Dans un environnement digital en constante évolution, l'emailing est un canal de communication incontournable.
- **Optimiser son retour sur investissement:** En investissant dans un logiciel d'emailing, vous pouvez mesurer l'efficacité de vos campagnes et ajuster votre budget en conséquence.
- **Améliorer l'expérience client:** Une communication personnalisée et pertinente renforce la satisfaction client et favorise la fidélisation.

En conclusion, un logiciel d'emailing est un investissement rentable qui permet d'améliorer votre communication, de développer votre activité et de renforcer votre relation client.

Chapitre 2

Les fondamentaux de l'emailing

2 – 1 – Les différents types de campagnes d'emailing

Les campagnes d'emailing offrent une multitude de possibilités pour communiquer avec votre audience et atteindre vos objectifs marketing. Voici une présentation des différents types de campagnes que vous pouvez mettre en place :

1. Campagnes d'acquisition

Ces campagnes visent à **attirer de nouveaux clients** et à **élargir votre base de données**. Elles sont souvent utilisées pour :

- **Générer des leads:** Proposer un contenu gratuit en échange de l'inscription à une newsletter.
- **Faire connaître votre marque:** Présenter vos produits ou services à une nouvelle audience.
- **Organiser des concours ou des jeux-concours:** Inciter les prospects à s'inscrire.

2. Campagnes de fidélisation

Ces campagnes s'adressent à vos **clients existants** et visent à **renforcer leur fidélité**. Elles peuvent prendre différentes formes :

- **Newsletters:** Informez vos clients des nouveautés, des promotions et des événements à venir.
- **Offres personnalisées:** Proposez des réductions ou des cadeaux en fonction de leur historique d'achat.
- **Programmes de fidélité:** Mettez en place un système de points ou de niveaux pour récompenser vos clients les plus fidèles.

3. Campagnes transactionnelles

Ces emails sont déclenchés par une **action spécifique de l'utilisateur** et ont un caractère informatif ou transactionnel. Ils peuvent être utilisés pour :

- **Confirmer une commande:** Envoyer une confirmation de commande et un suivi de livraison.
- **Notifier un changement de mot de passe:** Informer l'utilisateur d'un changement de mot de passe.
- **Relancer un panier abandonné:** Inviter les clients à finaliser leur achat.

4. Campagnes de relance

Ces campagnes visent à **réactiver des contacts inactifs**. Elles peuvent être utilisées pour :

- **Relancer des prospects qui n'ont pas ouvert vos emails depuis longtemps.**
- **Proposer une offre spéciale pour inciter les clients à revenir.**

5. Campagnes d'événements

Ces campagnes sont liées à des **événements spécifiques** (lancement d'un produit, soldes, etc.). Elles peuvent être utilisées pour :

- **Créer de l'engouement autour d'un événement.**
- **Inciter à l'action (inscription, achat).**

6. Campagnes de sondage

Ces campagnes permettent de **recueillir l'avis de vos clients** sur vos produits, services ou votre communication. Elles vous aident à améliorer votre offre et à mieux comprendre les attentes de votre audience.

Conseils pour réussir vos campagnes d'emailing

- **Personnalisez vos messages:** Utilisez les prénoms, les centres d'intérêt et l'historique d'achat de vos contacts.
- **Soignez l'objet de vos emails:** Il doit être accrocheur et donner envie d'ouvrir le message.
- **Proposez un contenu de qualité:** Vos emails doivent apporter une valeur ajoutée à vos abonnés.
- **Testez différentes stratégies:** N'hésitez pas à tester différents sujets, objets et contenus pour optimiser vos résultats.
- **Respectez la vie privée:** Assurez-vous de respecter la réglementation en vigueur (RGPD) et de donner à vos abonnés la possibilité de se désinscrire facilement.

Les possibilités offertes par les campagnes d'emailing sont vastes et variées. En choisissant le bon type de campagne et en soignant votre contenu, vous pourrez renforcer votre relation client, augmenter vos ventes et atteindre vos objectifs marketing.

2 – 1 – 1 - L'emailing d'acquisition : la clé pour conquérir de nouveaux clients

L'**emailing d'acquisition** est une stratégie marketing essentielle pour attirer de nouveaux clients et faire grandir votre base de données. Il s'agit d'envoyer des emails ciblés à des prospects potentiels afin de les convertir en clients.

Les objectifs de l'emailing d'acquisition

- **Générer des leads qualifiés:** Identifier les personnes intéressées par vos produits ou services.
- **Augmenter la notoriété de votre marque:** Faire connaître votre entreprise à une nouvelle audience.
- **Créer du trafic sur votre site web:** Encourager les prospects à visiter votre site et à découvrir vos offres.
- **Organiser des événements:** Inviter des prospects à participer à des webinars, des ateliers ou des événements en ligne.

Les différentes stratégies d'acquisition par email

- **Le lead magnet:** Offrir un contenu gratuit en échange de l'adresse email (ebook, guide, modèle, etc.).
- **Les concours et jeux-concours:** Organiser des événements ludiques pour attirer de nouveaux participants.
- **Les partenariats:** Collaborer avec d'autres entreprises pour toucher une nouvelle audience.
- **La publicité en ligne:** Utiliser des publicités pour générer des leads et les inviter à s'inscrire à votre newsletter.
- **Les réseaux sociaux:** Promouvoir vos offres et vos contenus sur les réseaux sociaux pour attirer de nouveaux abonnés.

Comment réussir sa campagne d'acquisition par email ?

- **Ciblez votre audience:** Identifiez les personas de vos clients idéaux et segmentez votre liste de contacts en conséquence.
- **Personnalisez vos messages:** Utilisez les prénoms et les centres d'intérêt de vos destinataires pour créer un message plus impactant.
- **Soignez l'objet de votre email:** Il doit être accrocheur et donner envie d'ouvrir le message.
- **Proposez un contenu de qualité:** Votre lead magnet ou votre offre doit être pertinente et apporter une réelle valeur ajoutée.
- **Suivez vos résultats:** Analysez les taux d'ouverture, de clics et de conversion pour optimiser vos campagnes.

Les outils pour réussir

Pour mettre en place vos campagnes d'acquisition, vous pouvez utiliser des logiciels d'emailing comme :

- **Mailchimp**
- **Sendinblue**
- **HubSpot**
- **ActiveCampaign**

Ces outils vous permettront de créer des emails personnalisés, d'automatiser vos campagnes et de suivre vos résultats.

L'emailing d'acquisition est un levier puissant pour développer votre activité. En suivant ces conseils et en utilisant les bons outils, vous pourrez attirer de nouveaux clients et faire grandir votre entreprise.

2 – 1 – 2 - Les campagnes d'emailing de fidélisation

Les campagnes d'emailing de fidélisation sont essentielles pour entretenir une relation durable avec vos clients existants. Elles visent à renforcer leur attachement à votre marque et à les inciter à renouveler leurs achats.

Pourquoi miser sur l'emailing de fidélisation ?

- **Renforcement de la relation client:** Une communication régulière et personnalisée crée du lien et de la confiance.
- **Augmentation du taux de rétention:** En fidélisant vos clients, vous réduisez le churn et conservez une clientèle stable.
- **Augmentation du panier moyen:** Les clients fidèles sont plus enclins à effectuer des achats complémentaires ou à dépenser davantage.
- **Amélioration de l'image de marque:** Une bonne expérience client favorise le bouche-à-oreille positif.

Les différents types de campagnes de fidélisation

- **Newsletters personnalisées:** Informez vos clients des nouveautés, des promotions et des événements à venir, en adaptant le contenu à leurs centres d'intérêt.
- **Programmes de fidélité:** Mettez en place un système de points, de niveaux ou d'avantages exclusifs pour récompenser vos clients les plus fidèles.
- **Anniversaires et événements spéciaux:** Soulignez les dates importantes pour vos clients avec des messages personnalisés et des offres spéciales.
- **Enquêtes de satisfaction:** Demandez l'avis de vos clients pour améliorer vos produits et services et leur montrer que vous les écoutez.
- **Offres exclusives:** Proposez des réductions, des cadeaux ou des accès anticipés à vos produits ou services.
- **Contenu personnalisé:** Partagez du contenu pertinent et de qualité avec vos clients (guides, tutoriels, articles de blog).

Les clés d'une campagne de fidélisation réussie

- **Personnalisation:** Adaptez vos messages à chaque client en utilisant son prénom, son historique d'achat et ses préférences.
- **Relevance:** Proposez un contenu pertinent et utile pour vos clients.
- **Fréquence:** Trouvez le bon équilibre entre une communication régulière et une absence qui pourrait être interprétée comme de l'indifférence.
- **Variété:** Alternez les formats (textes, images, vidéos) et les types de contenus pour maintenir l'intérêt de vos clients.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez de vos clients (cliquer sur un lien, utiliser un code promo, etc.).

Les outils pour mettre en place vos campagnes de fidélisation

Pour réussir vos campagnes de fidélisation, vous pouvez utiliser des logiciels d'emailing comme :

- **Mailchimp**
- **Sendinblue**
- **HubSpot**
- **ActiveCampaign**

Ces outils vous permettront de créer des emails personnalisés, d'automatiser vos campagnes et de suivre vos résultats.

Les campagnes d'emailing de fidélisation sont un investissement à long terme qui vous permet de renforcer votre relation client, d'augmenter votre chiffre d'affaires et d'améliorer votre image de marque.

2 – 1 – 3 - Les campagnes d'emailing transactionnelles

le lien entre votre entreprise et votre client

Les campagnes d'emailing transactionnelles sont des emails automatiques envoyés à un destinataire unique suite à une action spécifique de sa part. Elles sont différentes des campagnes marketing traditionnelles car elles sont déclenchées par un événement précis et non par une initiative marketing générale.

Pourquoi les emails transactionnels sont-ils importants ?

- **Renforcement de la relation client:** Ils offrent une expérience client personnalisée et fluide.
- **Confirmation et rassurement:** Ils confirment les actions entreprises par le client (achat, inscription, etc.) et le rassurent sur le bon déroulement de la transaction.
- **Opportunité de vente additionnelle:** Ils peuvent être utilisés pour proposer des produits complémentaires ou des offres spéciales.
- **Amélioration du taux de conversion:** En réduisant les doutes et en guidant le client dans son parcours, ils augmentent les chances de conversion.

Les différents types d'emails transactionnels

- **Confirmation de commande:** Un email envoyé immédiatement après la validation d'un achat, contenant le récapitulatif de la commande, le mode de livraison et les informations de suivi.
- **Confirmation d'inscription:** Un email envoyé après l'inscription à une newsletter, à un compte ou à un événement.
- **Réinitialisation de mot de passe:** Un email envoyé lorsqu'un utilisateur souhaite réinitialiser son mot de passe.
- **Suivi de livraison:** Des emails envoyés à différentes étapes de la livraison (expédition, en cours de livraison, livré).
- **Panier abandonné:** Un email envoyé aux clients qui ont ajouté des produits à leur panier sans finaliser leur achat.
- **Avis de disponibilité:** Un email envoyé lorsqu'un produit souhaité par un client est à nouveau disponible.

Les bonnes pratiques pour les emails transactionnels

- **Personnalisation:** Utilisez le prénom du client et adaptez le contenu à son historique d'achat.
- **Clarté et concision:** Les informations doivent être claires et faciles à trouver.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement les actions que vous souhaitez que le client réalise (consulter sa commande, télécharger un document, etc.).
- **Design soigné:** L'email doit être visuellement agréable et en accord avec l'identité de votre marque.

- **Optimisation pour les mobiles:** La plupart des emails sont ouverts sur mobile, assurez-vous que votre email soit responsive.
- **Respect de la réglementation:** Assurez-vous de respecter les réglementations en vigueur (RGPD, CAN-SPAM, etc.).

Les emails transactionnels sont un élément clé de votre stratégie marketing. En les optimisant, vous améliorez l'expérience client, renforcez votre relation avec vos clients et boostez vos ventes.

2 – 1 – 4 - Les campagnes d'emailing de relance : relancer pour convertir

Les campagnes d'emailing de relance sont un outil marketing précieux pour relancer l'intérêt de vos prospects ou de vos clients. Elles permettent de raviver des contacts qui ont manifesté un intérêt initial, mais qui n'ont pas encore franchi le pas de l'achat ou d'une action spécifique.

Pourquoi mettre en place des campagnes de relance ?

- **Réduire le taux d'abandon:** En relançant les prospects qui ont abandonné leur panier ou qui n'ont pas répondu à une offre, vous augmentez vos chances de conclure une vente.
- **Renforcer la relation client:** En montrant que vous êtes attentif à leurs besoins, vous renforcez la relation avec vos clients.
- **Optimiser le retour sur investissement:** En relançant les contacts qualifiés, vous maximisez l'efficacité de vos campagnes marketing.

Les différents types de campagnes de relance

- **Relance après un abandon de panier:** Envoyez un email aux clients qui ont ajouté des produits à leur panier sans finaliser leur achat.
- **Relance après un téléchargement:** Proposez du contenu complémentaire ou une offre spéciale aux personnes ayant téléchargé un ebook ou un guide.
- **Relance après un webinar:** Envoyez un email de remerciement et proposez des ressources supplémentaires aux participants à un webinar.
- **Relance après une demande de devis:** Suivez l'avancement d'une demande de devis et proposez une aide supplémentaire.

Les clés d'une campagne de relance efficace

- **Personnalisation:** Adaptez le message à chaque destinataire en utilisant son prénom, son historique d'achat et ses centres d'intérêt.
- **Timing:** Envoyez vos relances au bon moment pour ne pas être perçu comme insistant.
- **Offre incitative:** Proposez une offre spéciale, un code promo ou un avantage exclusif pour inciter le destinataire à agir.
- **Clarté:** Soyez clair sur l'objectif de votre email et facilitez l'action à réaliser.
- **Suivi:** Analysez les résultats de vos campagnes pour affiner votre stratégie.

Les campagnes de relance sont un élément essentiel de votre stratégie marketing. En les mettant en place de manière stratégique, vous pouvez augmenter votre taux de conversion et fidéliser votre clientèle.

2 – 1 - 5 - Les campagnes d'emailing de sondage : recueillir l'avis de vos clients

Les campagnes d'emailing de sondage sont un excellent moyen de recueillir l'avis de vos clients sur vos produits, services ou votre communication. Ces données précieuses vous permettent de mieux comprendre leurs besoins, d'améliorer votre offre et de renforcer votre relation avec eux.

Pourquoi mener des sondages par email ?

- **Amélioration de la satisfaction client:** En demandant leur avis, vous montrez à vos clients que vous vous souciez de leur expérience.
- **Identification des points forts et faibles:** Les sondages vous permettent d'identifier les aspects à améliorer et ceux qui fonctionnent bien.
- **Personnalisation de l'expérience client:** En connaissant mieux les préférences de vos clients, vous pouvez leur proposer des offres plus personnalisées.
- **Développement de nouveaux produits ou services:** Les sondages peuvent vous aider à identifier de nouvelles opportunités de marché.

Les différents types de sondages par email

- **Sondages de satisfaction:** Évaluez le niveau de satisfaction de vos clients après un achat, une interaction avec votre service client ou une participation à un événement.
- **Sondages d'opinion:** Recueillez l'avis de vos clients sur des sujets spécifiques (nouveaux produits, fonctionnalités, etc.).
- **Sondages de segmentation:** Segmentez votre base de clients en fonction de leurs réponses pour proposer des offres personnalisées.
- **Sondages de suivi:** Suivez l'évolution de la satisfaction de vos clients dans le temps.

Les clés d'un sondage par email réussi

- **Ciblage précis:** Envoyez votre sondage à la bonne audience pour obtenir des réponses pertinentes.
- **Questions claires et concises:** Posez des questions faciles à comprendre et évitez les questions à réponses ouvertes trop larges.
- **Longueur adaptée:** Un sondage trop long risque de décourager les participants.
- **Incitation à répondre:** Proposez une incitation (réduction, tirage au sort) pour encourager les réponses.
- **Analyse des résultats:** Analysez les résultats de votre sondage pour identifier les tendances et prendre les mesures appropriées.

Les outils pour créer et diffuser vos sondages

Pour créer et diffuser vos sondages par email, vous pouvez utiliser des outils spécialisés comme :

- **SurveyMonkey**
- **Google Forms**
- **Typeform**
- **Les logiciels d'emailing (Mailchimp, Sendinblue, etc.)**

Les campagnes d'emailing de sondage sont un outil précieux pour améliorer votre relation client et développer votre entreprise. En recueillant l'avis de vos clients, vous pourrez prendre des

2 – 2 - Les objectifs d'une campagne d'emailing

Une campagne d'emailing peut servir une multitude d'objectifs, allant de la simple communication à la génération de ventes. Voici les principaux objectifs que vous pouvez viser avec une telle campagne :

1. Générer des leads

- **Attirer de nouveaux clients:** Envoyer des emails ciblés à des prospects potentiels pour les inciter à s'inscrire à votre newsletter ou à télécharger un contenu gratuit.
- **Qualifier les leads:** Identifier les prospects les plus intéressés par vos produits ou services pour les orienter vers des offres plus personnalisées.

2. Fidéliser la clientèle

- **Renforcer la relation client:** Maintenir un contact régulier avec vos clients pour les fidéliser.
- **Augmenter le taux de rétention:** Réduire le churn en proposant des offres exclusives, des contenus personnalisés et un service client de qualité.
- **Augmenter la valeur vie client:** Inciter les clients existants à acheter plus fréquemment ou à dépenser davantage.

3. Augmenter les ventes

- **Générer des conversions:** Transformer les prospects en clients en leur proposant des offres attractives et en les incitant à passer à l'action.
- **Booster les ventes croisées et les ventes additionnelles:** Proposer des produits complémentaires ou des offres spéciales aux clients existants.
- **Liquidation des stocks:** Vider les stocks en proposant des promotions ciblées.

4. Améliorer la notoriété de la marque

- **Augmenter la visibilité:** Faire connaître votre marque à un public plus large.
- **Renforcer l'image de marque:** Transmettre les valeurs de votre entreprise et positionner votre marque comme un expert dans votre domaine.

5. Collecter des données

- **Mieux connaître vos clients:** Recueillir des informations sur les préférences, les comportements et les besoins de vos clients.
- **Personnaliser vos campagnes:** Adapter vos messages et vos offres en fonction des données collectées.

6. Engager votre audience

- **Créer une communauté:** Favoriser les échanges et les interactions avec vos clients.

- **Générer du trafic sur votre site web:** Diriger les destinataires vers des pages spécifiques de votre site.

7. Mesurer l'efficacité de vos actions marketing

- **Suivre les performances de vos campagnes:** Évaluer les taux d'ouverture, de clics, de conversion et le ROI de vos campagnes.
- **Optimiser vos stratégies:** Ajuster vos campagnes en fonction des résultats obtenus.

Une campagne d'emailing peut servir une multitude d'objectifs, à condition d'être bien conçue et ciblée. Pour réussir votre campagne, il est essentiel de définir clairement vos objectifs, de segmenter votre audience et de personnaliser vos messages.

2 – 2 – 1 - Les objectifs d'une campagne d'emailing de fidélisation

Les campagnes d'emailing de fidélisation visent à entretenir une relation durable avec vos clients existants. En renforçant ce lien, vous encouragez les achats répétés et augmentez la valeur vie client.

Voici les principaux objectifs d'une telle campagne :

1. Renforcer le lien émotionnel

- **Personnalisation:** Utiliser le prénom du client, son historique d'achat ou ses préférences pour montrer que vous le connaissez.
- **Contenu pertinent:** Proposer du contenu adapté à ses centres d'intérêt pour le rendre acteur de la relation.
- **Reconnaissance:** Remercier régulièrement les clients pour leur fidélité et leur confiance.

2. Augmenter la fréquence d'achat

- **Offres exclusives:** Proposer des réductions, des promotions ou des accès anticipés aux nouveautés.
- **Programmes de fidélité:** Mettre en place un système de points, de niveaux ou d'avantages exclusifs.
- **Recommandations personnalisées:** Suggérer des produits complémentaires ou des articles susceptibles de l'intéresser.

3. Améliorer la satisfaction client

- **Enquêtes de satisfaction:** Demander régulièrement l'avis des clients pour améliorer les produits et services.
- **Service client proactif:** Répondre rapidement aux demandes et résoudre les problèmes.
- **Expérience client omnicanal:** Assurer une expérience cohérente sur tous les canaux de contact.

4. Réduire le churn

- **Relances personnalisées:** Relancer les clients inactifs avec des offres attractives ou des contenus pertinents.
- **Offres de bienvenue:** Accueillir les nouveaux clients avec une offre spéciale pour les fidéliser dès le départ.

5. Encourager le bouche-à-oreille

- **Partage sur les réseaux sociaux:** Inciter les clients à partager leur expérience positive sur les réseaux sociaux.
- **Programme de parrainage:** Récompenser les clients qui recommandent vos produits ou services à leurs amis.

6. Augmenter la valeur vie client

- **Upselling et cross-selling:** Proposer des produits ou services complémentaires pour augmenter le panier moyen.
- **Ventes additionnelles:** Encourager les achats complémentaires lors des fêtes ou des événements spéciaux.

En résumé, une campagne d'emailing de fidélisation bien conçue permet de :

- **Créer une relation durable** avec vos clients.
- **Augmenter leur fidélité** et leur engagement.
- **Améliorer votre image de marque.**
- **Optimiser votre rentabilité.**

Pour atteindre ces objectifs, il est essentiel de :

- **Segmenter votre base de données** pour personnaliser vos messages.
- **Choisir les bons indicateurs de performance** (taux d'ouverture, de clics, de conversion) pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.
- **Utiliser un outil d'emailing** performant pour automatiser vos envois et suivre vos résultats.

2 – 2 – 2 - Objectifs d'une campagne d'emailing axée sur la vente

Les campagnes d'emailing sont un outil redoutable pour stimuler les ventes. En personnalisant vos messages et en ciblant les bons destinataires, vous pouvez inciter vos prospects et clients à passer à l'action.

Voici les principaux objectifs d'une campagne d'emailing axée sur la vente :

1. Générer des leads qualifiés

- **Attirer de nouveaux clients:** Envoyer des emails ciblés à des prospects potentiels pour les inciter à s'inscrire à votre newsletter ou à télécharger un contenu gratuit.

- **Qualifier les leads:** Identifier les prospects les plus intéressés par vos produits ou services pour les orienter vers des offres personnalisées.

2. Augmenter le taux de conversion

- **Transformer les prospects en clients:** Inciter les destinataires à effectuer un achat en leur proposant des offres limitées dans le temps ou des réductions exclusives.
- **Optimiser les parcours clients:** Guider les prospects tout au long du processus d'achat en leur fournissant les informations nécessaires.

3. Booster les ventes croisées et les ventes additionnelles

- **Proposer des produits complémentaires:** Suggérer des produits qui complètent ceux déjà achetés par le client.
- **Vendre des produits plus chers:** Inciter les clients à acheter des produits haut de gamme ou des packs.

4. Liquidation des stocks

- **Vider les stocks:** Proposer des promotions spéciales sur les produits en fin de série ou en surplus.
- **Créer un sentiment d'urgence:** Utiliser des expressions comme "offre limitée", "stocks limités" ou "jusqu'à épuisement des stocks".

5. Réactiver les clients inactifs

- **Relancer les anciens clients:** Proposer des offres spéciales pour les inciter à revenir.
- **Personnaliser les offres:** Adapter les offres en fonction de leurs précédents achats.

6. Mesurer le ROI de vos campagnes

- **Suivre les performances:** Évaluer le taux d'ouverture, de clics et de conversion de vos campagnes.
- **Optimiser vos stratégies:** Ajuster vos campagnes en fonction des résultats obtenus.

Pour atteindre ces objectifs, il est essentiel de :

- **Segmenter votre base de données** pour personnaliser vos messages.
- **Choisir les bons indicateurs de performance** (taux de conversion, valeur moyenne des commandes, ROI).
- **Utiliser un outil d'emailing** performant pour automatiser vos envois et suivre vos résultats.
- **Créer des messages percutants** avec un appel à l'action clair et convaincant.

Quelques conseils supplémentaires pour réussir vos campagnes d'emailing axées sur la vente :

- **Personnalisez au maximum** vos emails en utilisant le prénom du destinataire, son historique d'achat et ses préférences.

- **Créez un sentiment d'urgence** en proposant des offres limitées dans le temps.
- **Utilisez des visuels attrayants** pour mettre en valeur vos produits.
- **Facilitez le processus d'achat** en proposant un parcours client simple et fluide.

En suivant ces conseils, vous pourrez augmenter significativement votre taux de conversion et atteindre vos objectifs de vente.

2 – 2 – 3 - Objectifs d'une campagne d'emailing pour améliorer la notoriété

Une campagne d'emailing peut être un outil puissant pour accroître la visibilité et la notoriété de votre marque. En envoyant des messages ciblés à une audience large, vous pouvez renforcer la présence de votre entreprise dans l'esprit des consommateurs.

Voici les principaux objectifs d'une campagne d'emailing axée sur la notoriété de la marque :

1. Augmenter la visibilité

- **Élargir votre audience:** Envoyer des emails à une base de données qualifiée pour toucher un public plus large.
- **Faire connaître vos produits ou services:** Présenter vos offres de manière attrayante pour susciter l'intérêt.

2. Renforcer l'image de marque

- **Transmettre vos valeurs:** Communiquer l'identité de votre marque et les valeurs qu'elle défend.
- **Créer une identité visuelle forte:** Utiliser une charte graphique cohérente dans tous vos emails.

3. Positionner votre marque comme un expert

- **Partager du contenu de qualité:** Proposer des articles de blog, des infographies ou des vidéos informatifs.
- **Participer à des débats:** Répondre aux commentaires et aux questions des abonnés.

4. Générer du trafic vers votre site web

- **Inclure des call-to-action clairs:** Inciter les destinataires à visiter votre site web pour en savoir plus.
- **Optimiser vos pages de destination:** S'assurer que les pages de renvoi correspondent aux attentes des utilisateurs.

5. Créer une communauté

- **Encourager les interactions:** Organiser des concours, des sondages ou des événements en ligne pour favoriser les échanges.

- **Favoriser le bouche-à-oreille:** Inciter les abonnés à partager vos contenus sur les réseaux sociaux.

Pour atteindre ces objectifs, il est essentiel de :

- **Segmenter votre base de données** pour personnaliser vos messages.
- **Choisir les bons indicateurs de performance** (taux d'ouverture, de clics, nombre de partages).
- **Utiliser un outil d'emailing** performant pour automatiser vos envois et suivre vos résultats.
- **Créer du contenu engageant** et de qualité.

Quelques conseils supplémentaires pour réussir vos campagnes d'emailing axées sur la notoriété :

- **Variez les formats:** Proposez des newsletters, des emails événementiels, des études de cas, etc.
- **Utilisez des visuels attrayants** pour illustrer vos messages.
- **Collaborez avec des influenceurs** pour toucher une audience plus large.

En suivant ces conseils, vous pouvez améliorer significativement la notoriété de votre marque et renforcer votre image de marque.

2 – 3 - Indicateurs de performance clés (KPI) pour vos campagnes d'emailing

Les indicateurs de performance clés (KPI) vous permettent de mesurer l'efficacité de vos campagnes d'emailing et d'ajuster votre stratégie en conséquence. Voici les principaux KPI à suivre :

1-Taux d'ouverture

- **Définition:** Pourcentage de destinataires ayant ouvert votre email.
- **Pourquoi c'est important:** Un taux d'ouverture élevé indique que votre sujet et votre prévisualisation sont attrayants.

2-Taux de clic

- **Définition:** Pourcentage de destinataires ayant cliqué sur un lien dans votre email.
- **Pourquoi c'est important:** Un taux de clic élevé signifie que votre contenu est pertinent et que votre appel à l'action est efficace.

3- Taux de conversion

- **Définition:** Pourcentage de destinataires ayant réalisé l'action souhaitée (achat, inscription, etc.).
- **Pourquoi c'est important:** C'est l'indicateur ultime de la réussite de votre campagne.

4-Taux de désabonnement

- **Définition:** Pourcentage de destinataires ayant choisi de se désinscrire de votre liste.
- **Pourquoi c'est important:** Un taux de désabonnement élevé peut indiquer un problème avec votre contenu, votre fréquence d'envoi ou votre segmentation.

5 - Autres indicateurs à surveiller :

- **Taux de rebond:** Pourcentage d'emails non livrés.
- **Taux de plaintes:** Nombre de signalements de spam.
- **Temps passé sur la page de destination:** Temps moyen passé par les destinataires sur la page où ils ont été redirigés après avoir cliqué sur un lien.
- **Valeur moyenne des commandes:** Montant moyen dépensé par les clients ayant effectué un achat suite à un email.

Comment améliorer vos KPI ?

- **Personnalisation:** Adaptez vos emails en fonction des intérêts et du comportement de chaque destinataire.
- **Segmentation:** Divisez votre liste en segments plus petits pour envoyer des messages plus ciblés.
- **A/B testing:** Testez différentes versions de vos emails pour identifier ce qui fonctionne le mieux.
- **Optimisation du sujet et de la prévisualisation:** Créez des sujets accrocheurs et des prévisualisations visuellement attrayantes.
- **Contenu de qualité:** Proposez un contenu pertinent et intéressant pour vos abonnés.
- **Fréquence d'envoi:** Trouvez le bon équilibre entre trop peu et trop d'emails.
- **Heure d'envoi:** Envoyez vos emails aux moments où vos destinataires sont le plus susceptibles de les ouvrir.

Outils pour mesurer vos performances:

- **Logiciels d'emailing:** Mailchimp, Sendinblue, HubSpot, etc.
- **Google Analytics:** Pour suivre le trafic généré par vos campagnes.

En suivant ces KPI et en ajustant régulièrement votre stratégie, vous pourrez optimiser l'efficacité de vos campagnes d'emailing et atteindre vos objectifs marketing.

2 – 3 -1 - Définir des objectifs SMART pour vos campagnes d'emailing

Pour optimiser l'efficacité de vos campagnes d'emailing, il est essentiel de définir des objectifs clairs et mesurables. La méthode SMART est un outil précieux pour formuler des objectifs précis, atteignables, réalistes et temporellement définis.

Qu'est-ce qu'un objectif SMART ?

- **Spécifique :** L'objectif doit être clair et sans ambiguïté.
- **Mesurable :** Il doit être quantifiable avec des indicateurs de performance précis.
- **Atteignable :** Il doit être réaliste compte tenu des ressources disponibles.
- **Réaliste :** Il doit être pertinent par rapport à vos objectifs globaux.
- **Temporellement défini :** Il doit avoir une échéance précise.

Exemples d'objectifs SMART pour l'emailing

Exemple 1 : Augmenter les ventes

- **Non SMART** : "Augmenter les ventes."
- **SMART** : "Augmenter de 15% les ventes de notre nouveau produit via l'emailing d'ici la fin du trimestre, en ciblant les clients ayant déjà acheté dans la catégorie X."

Exemple 2 : Améliorer la notoriété de la marque

- **Non SMART** : "Améliorer la notoriété de la marque."
- **SMART** : "Augmenter le taux de notoriété assistée de 10% auprès de notre cible B2C grâce à une campagne d'emailing mensuelle sur les réseaux sociaux, d'ici 6 mois."

Exemple 3 : Accroître l'engagement

- **Non SMART** : "Engager davantage les clients."
- **SMART** : "Augmenter le taux d'ouverture de nos emails de 20% en personnalisant les objets et en optimisant l'heure d'envoi, d'ici un mois."

Comment définir vos objectifs SMART ?

1. **Identifier vos objectifs globaux:** Quelle est la contribution de l'emailing à votre stratégie marketing ?
2. **Choisir les bons indicateurs:** Quels KPI (taux d'ouverture, taux de clic, taux de conversion, etc.) vous permettront de mesurer vos progrès ?
3. **Fixer des objectifs réalistes:** Vos objectifs doivent être ambitieux mais réalisables.
4. **Définir une échéance précise:** Fixez une date butoir pour atteindre vos objectifs.

Les avantages de définir des objectifs SMART

- **Meilleure orientation:** Les équipes savent clairement ce qu'elles doivent accomplir.
- **Suivi plus efficace:** Les progrès peuvent être mesurés facilement.
- **Décisions plus éclairées:** Les résultats permettent d'ajuster les stratégies.
- **Motivation accrue:** Des objectifs clairs et atteignables motivent les équipes.

Définir des objectifs SMART pour vos campagnes d'emailing est essentiel pour mesurer votre succès et optimiser vos résultats. En prenant le temps de formuler des objectifs précis et mesurables, vous pourrez prendre de meilleures décisions et atteindre vos objectifs marketing.

2- 3 – 2 - Définir des objectifs SMART pour différents scénarios

Définir des objectifs SMART est essentiel pour assurer le succès de vos campagnes d'emailing, quelle que soit leur nature. Voici quelques exemples d'objectifs SMART adaptés à différents scénarios :

Lancement de produit

- **Objectif SMART:** "Augmenter les ventes de notre nouveau produit X de 20% lors des deux premières semaines de lancement grâce à une campagne d'emailing ciblant notre base de clients existants et en proposant une réduction de 15% sur leur premier achat."

Fidélisation

- **Objectif SMART:** "Réduire le taux de désabonnement de 5% en envoyant un email personnalisé de remerciement à chaque client ayant effectué un achat, suivi d'un programme de fidélité offrant des avantages exclusifs."

Relance de paniers abandonnés

- **Objectif SMART:** "Augmenter le taux de conversion des paniers abandonnés de 10% en envoyant un email de rappel personnalisé dans les 24 heures suivant l'abandon, avec une offre spéciale de réduction de 10%."

Génération de leads

- **Objectifs SMART:**
 - "Générer 500 nouveaux leads qualifiés pour notre webinaire sur les meilleures pratiques du marketing digital d'ici la fin du mois en envoyant une série d'emails de pré-lancement."
 - "Augmenter le nombre d'inscriptions à notre newsletter de 15% en offrant un ebook gratuit en échange de l'inscription."

Amélioration de l'image de marque

- **Objectif SMART:** "Augmenter le taux d'ouverture de nos emails de 15% en personnalisant les objets et en optimisant l'heure d'envoi, d'ici un mois."

Autres scénarios et exemples d'objectifs SMART :

- **Cross-selling:** "Augmenter les ventes complémentaires de 10% en proposant des produits associés lors de chaque commande."
- **Upselling:** "Inciter 20% des clients à acheter une version supérieure de notre produit en leur envoyant une offre personnalisée."
- **Réactivation de clients inactifs:** "Réactiver 10% de nos clients inactifs en leur proposant une offre exclusive."

Conseils pour définir des objectifs SMART efficaces :

- **Soyez précis:** Évitez les termes vagues comme "améliorer" ou "augmenter". Utilisez des chiffres et des indicateurs clairs.
- **Liez vos objectifs à votre stratégie globale:** Assurez-vous que vos objectifs d'emailing contribuent à atteindre vos objectifs marketing plus larges.
- **Utilisez les bons outils:** Des outils d'emailing comme Mailchimp, Sendinblue ou HubSpot vous permettent de suivre vos performances et d'ajuster vos stratégies en conséquence.
- **Soyez flexible:** N'hésitez pas à ajuster vos objectifs en fonction des résultats obtenus.

En définissant des objectifs SMART pour vos campagnes d'emailing, vous vous assurez de mesurer votre succès et d'optimiser vos résultats. N'oubliez pas que les objectifs SMART doivent être régulièrement revus et adaptés en fonction de l'évolution de votre entreprise et de votre marché.

Chapitre 3

Choisir le bon logiciel d'emailing

3 – 1- Critères de sélection d'un outil d'emailing

Le choix d'un outil d'emailing est une étape cruciale dans la mise en place d'une stratégie marketing efficace. De nombreux outils sont disponibles sur le marché, chacun offrant des fonctionnalités spécifiques. Pour vous aider à faire le bon choix, voici les principaux critères à prendre en compte :

Fonctionnalités essentielles :

- **Création d'emails :** L'outil doit permettre de créer des emails personnalisés et visuellement attrayants, sans nécessiter de compétences techniques avancées.
- **Segmentation de la liste :** La possibilité de segmenter votre liste d'abonnés en fonction de critères précis (démographiques, comportementaux, etc.) est essentielle pour envoyer des messages ciblés.
- **Automatisation des campagnes :** L'automatisation permet d'envoyer des emails au bon moment et d'adapter les contenus en fonction du comportement des destinataires.
- **Suivi des performances :** L'outil doit vous fournir des rapports détaillés sur les taux d'ouverture, de clic, de conversion, etc.
- **Intégration avec d'autres outils :** Une bonne intégration avec votre CRM, votre site web ou d'autres outils marketing est un plus.

Critères de sélection :

- **Facilité d'utilisation :** L'interface doit être intuitive et facile à prendre en main.
- **Prix :** Les tarifs varient en fonction des fonctionnalités et du nombre d'abonnés.
- **Fonctionnalités avancées :** A/B testing, personnalisation dynamique, scoring des leads, etc.
- **Support client :** Un bon support client est indispensable pour vous accompagner dans la prise en main de l'outil.
- **Délivrabilité :** La capacité de l'outil à faire arriver vos emails dans les boîtes de réception est cruciale.

Quelques exemples d'outils populaires :

- **Mailchimp:** Très populaire pour les petites et moyennes entreprises, il offre une interface intuitive et de nombreuses fonctionnalités.
- **Sendinblue:** Solution tout-en-un proposant de nombreuses fonctionnalités, notamment l'envoi de SMS et de chat en direct.
- **HubSpot:** Pour les entreprises qui souhaitent intégrer leur emailing dans une suite marketing complète.
- **ActiveCampaign:** Connu pour ses fonctionnalités d'automatisation avancées et sa segmentation précise.
- **Sarbacane:** Solution française avec une interface simple et des tarifs compétitifs.

Comment choisir ?

- **Évaluez vos besoins** : Quels sont les objectifs de vos campagnes d'emailing ? Quelles fonctionnalités sont indispensables pour vous ?
- **Comparez les offres** : Faites une liste des fonctionnalités que vous recherchez et comparez les différentes offres.
- **Testez les outils gratuitement** : De nombreux outils proposent une version gratuite pour vous permettre de les essayer.
- **Demandez l'avis d'autres utilisateurs** : Les avis en ligne peuvent vous aider à faire votre choix.

Les questions à se poser :

- Quel est mon budget ?
- Quelle est la taille de ma liste d'abonnés ?
- Quelles sont les fonctionnalités dont j'ai besoin (automatisation, segmentation, A/B testing) ?
- Quelle est l'importance de l'intégration avec mes autres outils ?
- Quel est le niveau de support client dont j'ai besoin ?

Le choix d'un outil d'emailing est une décision importante qui aura un impact sur l'efficacité de vos campagnes. En prenant en compte les critères ci-dessus et en testant différentes solutions, vous trouverez l'outil idéal pour votre entreprise.

3 – 1 - 1 - Focus sur les fonctionnalités

Le choix d'un outil d'emailing ne se limite pas à son prix ou à sa facilité d'utilisation. Les fonctionnalités qu'il propose sont déterminantes pour le succès de vos campagnes. Voici un aperçu plus détaillé des fonctionnalités clés à rechercher :

Fonctionnalités de base :

- **Création d'emails** :
 - **Éditeur visuel intuitif** : Permet de créer des emails sans connaissances en HTML.
 - **Bibliothèque de modèles** : Propose une variété de modèles préconçus pour gagner du temps.
 - **Personnalisation** : Autorise l'insertion de champs dynamiques pour adresser chaque destinataire par son nom, par exemple.
- **Gestion des listes** :
 - **Import/export** : Facilite la migration de vos listes depuis d'autres outils.
 - **Segmentation** : Permet de créer des segments d'abonnés en fonction de critères précis (démographiques, comportementaux, etc.).
 - **Nettoyage des listes** : Supprime les adresses invalides ou inactives.
- **Envoi et suivi** :
 - **Programmation des envois** : Planifie vos campagnes à l'avance.
 - **Suivi des performances** : Fournit des rapports détaillés sur les taux d'ouverture, de clic, de conversion, etc.
 - **A/B testing** : Compare différentes versions d'un email pour optimiser vos résultats.

Fonctionnalités avancées :

- **Automatisation :**
 - **Workflows :** Crée des scénarios automatisés (emails de bienvenue, de relance, etc.).
 - **Triggers :** Déclenche des actions en fonction du comportement des abonnés (abandon de panier, anniversaire, etc.).
- **Personnalisation dynamique :**
 - **Contenu personnalisé :** Adapte le contenu de l'email en fonction des préférences de chaque abonné.
 - **Recommandations produits :** Propose des produits personnalisés en fonction de l'historique d'achat.
- **Intégrations :**
 - **CRM :** Synchronise vos contacts et vos données.
 - **CMS :** Intègre facilement vos campagnes dans votre site web.
 - **Autres outils marketing :** Se connecte à d'autres outils comme Google Analytics, Facebook Ads, etc.

Fonctionnalités spécifiques :

- **Emailing transactionnel :** Pour les emails de confirmation de commande, de réinitialisation de mot de passe, etc.
- **SMS marketing :** Pour envoyer des SMS marketing en complément de vos emails.
- **Marketing automation :** Pour gérer l'ensemble de votre parcours client par email.

Critères complémentaires :

- **Délivrabilité :** La capacité de l'outil à faire arriver vos emails dans les boîtes de réception est essentielle.
- **Support client :** Un bon support client est indispensable pour vous accompagner en cas de besoin.
- **Sécurité des données :** Assurez-vous que vos données sont sécurisées et conformes aux réglementations en vigueur (RGPD).

Le choix d'un outil d'emailing dépendra de vos besoins spécifiques et de la taille de votre entreprise. En prenant en compte ces différents critères, vous serez en mesure de sélectionner l'outil le mieux adapté à vos objectifs.

3 – 1 – 2 - La facilité d'utilisation **un critère déterminant pour choisir votre outil d'emailing**

La facilité d'utilisation est un critère souvent négligé, mais pourtant essentiel dans le choix d'un outil d'emailing. En effet, un outil complexe peut vous faire perdre un temps précieux et réduire votre productivité.

Pourquoi la facilité d'utilisation est-elle importante ?

- **Gain de temps:** Un outil intuitif permet de créer et d'envoyer des campagnes rapidement.
- **Réduction des erreurs:** Une interface claire réduit les risques d'erreurs de manipulation.

- **Adoption par les équipes:** Si l'outil est facile à prendre en main, il sera plus facilement adopté par tous les membres de votre équipe.
- **Concentration sur la stratégie:** Vous pourrez vous concentrer sur la stratégie de votre campagne plutôt que sur les aspects techniques.

Quels sont les éléments à prendre en compte pour évaluer la facilité d'utilisation d'un outil d'emailing ?

- **Interface utilisateur:**
 - **Intuitive:** L'interface doit être simple et logique.
 - **Personnalisable:** Vous devez pouvoir adapter l'interface à vos préférences.
 - **Visuelle:** Un bon outil utilise des éléments visuels pour faciliter la compréhension.
- **Éditeur d'emails:**
 - **WYSIWYG:** L'éditeur "What You See Is What You Get" permet de visualiser directement le rendu de votre email.
 - **Glisser-déposer:** Cette fonctionnalité facilite la création de mises en page.
 - **Bibliothèque de modèles:** Des modèles préconçus permettent de gagner du temps.
- **Automatisation:**
 - **Workflows visuels:** Les workflows doivent être faciles à créer et à modifier.
 - **Triggers intuitifs:** Les déclencheurs d'automatisation doivent être clairs et simples à configurer.
- **Documentation et support:**
 - **Tutoriels détaillés:** Une documentation complète est indispensable pour prendre en main l'outil.
 - **Support client réactif:** Un support client efficace vous aidera à résoudre rapidement les problèmes que vous pourriez rencontrer.

Comment évaluer la facilité d'utilisation d'un outil ?

- **Demander une démo:** La plupart des fournisseurs proposent des démonstrations gratuites. Profitez-en pour tester l'outil en conditions réelles.
- **Lire les avis utilisateurs:** Les avis d'autres utilisateurs peuvent vous donner une bonne idée de la facilité d'utilisation d'un outil.
- **Privilégier les outils avec une version gratuite:** Cela vous permettra de tester l'outil avant de vous engager.

La facilité d'utilisation est un critère essentiel pour choisir votre outil d'emailing. En prenant le temps d'évaluer les différents aspects de l'interface utilisateur et de l'automatisation, vous pourrez sélectionner un outil qui vous permettra de gagner en productivité et d'obtenir de meilleurs résultats.

3 – 1 – 3 - L'intégration avec d'autres outils : un critère clé dans le choix d'un outil d'emailing

L'intégration d'un outil d'emailing avec d'autres logiciels que vous utilisez au quotidien est un facteur déterminant pour optimiser vos processus et améliorer votre productivité.

Pourquoi l'intégration est-elle importante ?

- **Gain de temps:** Évitez la double saisie de données et automatisez les tâches répétitives.
- **Cohérence des données:** Assurez-vous que toutes vos données sont synchronisées.
- **Vue d'ensemble:** Obtenez une vision globale de vos interactions avec vos clients.

Quels sont les outils à intégrer ?

- **CRM (Customer Relationship Management):** Synchronisez vos contacts, leurs informations et leurs historiques d'interactions pour personnaliser vos campagnes.
- **CMS (Content Management System):** Intégrez facilement le contenu de votre site web dans vos emails.
- **Plateformes e-commerce:** Synchronisez les données de vos clients et leurs commandes pour des campagnes ciblées.
- **Outils d'analyse web:** Suivez les performances de vos campagnes et mesurez leur impact sur votre site web.
- **Autres outils marketing:** Intégrez votre outil d'emailing à d'autres outils marketing comme des logiciels de marketing automation ou des outils de création de landing pages.

Quelles sont les fonctionnalités d'intégration à rechercher ?

- **Connecteurs pré-configurés:** Vérifiez si l'outil propose des connecteurs natifs pour les outils que vous utilisez.
- **API:** Une API vous permet de créer des intégrations personnalisées si nécessaire.
- **Webhooks:** Les webhooks permettent de déclencher des actions dans un outil lorsque un événement se produit dans un autre.
- **Synchronisation bidirectionnelle:** Les données doivent être synchronisées dans les deux sens pour une mise à jour en temps réel.

Les bénéfices de l'intégration

- **Personnalisation accrue:** En combinant les données de différents outils, vous pouvez personnaliser vos emails de manière plus fine.
- **Automatisation avancée:** Créez des workflows automatisés qui s'étendent au-delà de l'emailing.
- **Meilleure mesure des performances:** Suivez l'impact de vos campagnes sur l'ensemble de votre parcours client.

Exemples d'intégrations courantes

- **Synchronisation des contacts:** Les contacts ajoutés à votre CRM sont automatiquement ajoutés à votre liste d'emailing.
- **Création automatique de segments:** Les segments d'abonnés sont créés en fonction des données de votre CRM ou de votre plateforme e-commerce.
- **Suivi des clics vers votre site web:** Les clics sur les liens de vos emails sont suivis dans votre outil d'analyse web.
- **Déclenchement d'emails automatisés en fonction des actions de vos clients:** Par exemple, un email de bienvenue après l'inscription, un email de relance après l'abandon d'un panier.

L'intégration de votre outil d'emailing avec d'autres outils est essentielle pour optimiser vos campagnes et améliorer votre retour sur investissement. En choisissant un outil offrant des fonctionnalités d'intégration robustes, vous pourrez automatiser vos tâches, personnaliser vos messages et mesurer l'impact de vos actions de manière plus précise.

3 – 1 – 4 - Le Critère du Prix dans le Choix d'un Outil d'Emailing

Le prix est un facteur déterminant dans le choix d'un outil d'emailing, tout comme les fonctionnalités, la facilité d'utilisation ou l'intégration avec d'autres outils. Cependant, il ne faut pas le considérer comme le seul critère. Le meilleur outil n'est pas toujours le moins cher, et un outil trop cher pourrait ne pas être rentable pour votre entreprise.

Pourquoi le prix est-il important ?

- **Budget:** Chaque entreprise a un budget alloué à ses outils marketing. Il est essentiel de choisir un outil qui s'inscrit dans ce budget.
- **Rentabilité:** Le coût de l'outil doit être justifié par les résultats qu'il vous apportera. Un outil plus cher peut offrir des fonctionnalités plus avancées et vous permettre d'obtenir un meilleur retour sur investissement.
- **Évolution de vos besoins:** Si votre entreprise est en croissance, il est important de choisir un outil qui puisse s'adapter à vos besoins futurs, même si cela implique un coût plus élevé à court terme.

Quels sont les différents modèles de tarification ?

- **Abonnements mensuels ou annuels:** La plupart des outils d'emailing proposent des abonnements mensuels ou annuels, avec des tarifs qui varient en fonction du nombre d'abonnés, des fonctionnalités incluses et du volume d'envoi.
- **Pay-as-you-go:** Certains outils proposent une tarification à l'usage, où vous payez en fonction du nombre d'emails envoyés.
- **Gratuit:** De nombreux outils proposent une version gratuite avec des fonctionnalités limitées, ce qui peut être une bonne option pour les petites entreprises ou pour tester un outil avant de s'abonner.

Comment choisir le bon tarif ?

- **Évaluez vos besoins:** Déterminez le nombre d'abonnés, le volume d'emails que vous enverrez, les fonctionnalités dont vous avez besoin et le niveau de support client souhaité.
- **Comparez les offres:** Demandez des devis à plusieurs fournisseurs et comparez les tarifs en fonction des fonctionnalités proposées.
- **Négocier:** N'hésitez pas à négocier les tarifs, surtout si vous avez un grand volume d'envoi ou si vous souhaitez souscrire à un abonnement annuel.
- **Privilégiez la qualité au prix:** Un outil moins cher peut vous coûter plus cher à long terme si vous devez passer plus de temps à le maîtriser ou si les résultats ne sont pas à la hauteur de vos attentes.

Les autres éléments à prendre en compte

- **Les coûts cachés:** Certains outils peuvent facturer des frais supplémentaires pour des fonctionnalités avancées ou un support technique personnalisé.
- **Le coût d'opportunité:** Le choix d'un outil moins cher peut vous faire perdre en productivité ou en efficacité.
- **Le retour sur investissement:** Le coût de l'outil doit être justifié par les résultats que vous obtiendrez en termes de chiffre d'affaires ou de nombre de leads générés.

Le prix est un facteur important à prendre en compte lors du choix d'un outil d'emailing, mais il ne doit pas être le seul critère. En évaluant vos besoins, en comparant les offres et en tenant compte des coûts cachés, vous serez en mesure de choisir l'outil qui offre le meilleur rapport qualité-prix pour votre entreprise.

3 – 1 – 5 - Comparer les tarifs des outils d'emailing : un casse-tête ? Pas si sûr !

Le prix d'un outil d'emailing n'est qu'un des nombreux facteurs à prendre en compte. Il est essentiel de ne pas se laisser aveugler par les tarifs les plus bas, car un outil moins cher peut s'avérer plus coûteux à long terme en termes de temps passé, de résultats obtenus ou de fonctionnalités manquantes.

Les principaux éléments à considérer lors de la comparaison des tarifs :

- **Le nombre d'abonnés:** La plupart des outils facturent en fonction du nombre de contacts dans votre base de données.
- **Le volume d'envoi:** Certains outils facturent en fonction du nombre d'emails envoyés chaque mois.
- **Les fonctionnalités incluses:** Plus vous avez de fonctionnalités, plus le prix aura tendance à augmenter.
- **Les intégrations:** Les intégrations avec d'autres outils (CRM, CMS, etc.) peuvent influencer sur le prix.
- **Le support client:** Un bon support client peut justifier un coût supplémentaire.

Comment comparer les tarifs ?

1. **Définissez vos besoins:**
 - Quel est votre volume d'envoi moyen par mois ?
 - De quelles fonctionnalités avez-vous besoin (automatisation, segmentation, A/B testing, etc.) ?
 - Quel est votre budget ?
2. **Faites une liste d'outils potentiels:**
 - Recherchez les outils les plus populaires et ceux qui correspondent à vos besoins.
 - Consultez les comparatifs en ligne et les avis utilisateurs.
3. **Demandez des devis personnalisés:**
 - Contactez les fournisseurs pour obtenir des devis précis en fonction de vos besoins.
 - N'hésitez pas à négocier les tarifs, surtout si vous avez un grand volume d'envoi ou si vous souhaitez souscrire à un abonnement annuel.
4. **Comparez les offres:**
 - Créez un tableau comparatif pour visualiser les différences de prix et de fonctionnalités entre les différents outils.
 - Tenez compte des coûts cachés (frais d'activation, frais de migration, etc.).

5. Évaluez le retour sur investissement:

- Un outil plus cher peut vous permettre d'obtenir de meilleurs résultats et donc d'augmenter votre chiffre d'affaires.

Exemple de tableau comparatif (non exhaustif) :

Outil	Prix de base	Fonctionnalités incluses	Intégrations	Support client
Mailchimp	€€	Automatisation basique, segmentation	CRM, CMS	Chat, email
Sendinblue	€€	Automatisation avancée, SMS marketing	CRM, CMS, e-commerce	Chat, email, téléphone
HubSpot	€€€	Marketing automation complet, CRM intégré	Nombreuses intégrations	Chat, email, téléphone

Le choix d'un outil d'emailing ne se fait pas uniquement sur la base du prix. Il est essentiel de prendre en compte l'ensemble des fonctionnalités, l'ergonomie, le support client et le retour sur investissement. N'hésitez pas à tester les versions gratuites ou les périodes d'essai pour vous faire une idée plus précise des différents outils.

3 – 1 – 6 - Identifier les fonctionnalités qui justifient un surcoût

Lorsqu'on compare les différents outils d'emailing, il est fréquent de se retrouver face à une disparité de prix. Pour justifier un coût plus élevé, un outil doit offrir des fonctionnalités avancées, des performances supérieures ou des services supplémentaires.

Voici les principales fonctionnalités qui peuvent justifier un prix plus élevé:

1. Automatisation avancée

- **Workflows complexes:** Possibilité de créer des parcours clients très détaillés avec de multiples points de décision et des actions personnalisées.
- **Intelligence artificielle:** Utilisation de l'IA pour prédire le comportement des clients et personnaliser les campagnes en temps réel.
- **Intégration avec des outils de marketing automation:** Permet de gérer l'ensemble du parcours client de manière unifiée.

2. Segmentation fine

- **Segmentation comportementale:** Possibilité de segmenter les contacts en fonction de leurs interactions avec vos emails (clics, ouvertures, etc.).
- **Segmentation prédictive:** Utilisation de modèles prédictifs pour identifier les segments les plus susceptibles de convertir.
- **Segmentation basée sur les données CRM:** Intégration profonde avec votre CRM pour créer des segments hyper-ciblés.

3. Personnalisation avancée

- **Personnalisation dynamique du contenu:** Possibilité d'adapter le contenu de chaque email en fonction des données de chaque contact.
- **Recommandations produits personnalisés:** Intégration avec votre boutique en ligne pour proposer des produits adaptés à chaque client.
- **Personnalisation visuelle:** Création de modèles d'emails dynamiques qui s'adaptent à chaque destinataire.

4. Analyses et rapports détaillés

- **Attributions multicanales:** Mesure de l'impact de vos campagnes email sur les conversions réalisées sur d'autres canaux.
- **Analyse prédictive:** Préviation des performances futures de vos campagnes.
- **Tableau de bord personnalisé:** Création de tableaux de bord sur mesure pour suivre les indicateurs clés de performance.

5. Intégrations profondes

- **Connecteurs natifs avec un large éventail d'outils:** Simplifie l'intégration avec votre écosystème marketing existant.
- **API puissantes:** Permettent de créer des intégrations personnalisées.
- **Synchronisation en temps réel des données:** Assure la cohérence des informations entre les différents outils.

6. Support client premium

- **Support technique dédié:** Accès à des experts pour résoudre rapidement les problèmes.
- **Formation personnalisée:** Des formations sont proposées pour vous aider à tirer le meilleur parti de l'outil.
- **Gestion de compte dédiée:** Un responsable de compte vous accompagne tout au long de votre utilisation de l'outil.

7. Sécurité et conformité

- **Conformité aux réglementations (RGPD, CCPA):** L'outil respecte les normes en matière de protection des données.
- **Sécurité renforcée:** Des mesures de sécurité robustes sont mises en place pour protéger vos données.

Un outil d'emailing plus cher justifie généralement son prix par un ensemble de fonctionnalités avancées qui vous permettent d'optimiser vos campagnes, d'améliorer votre ROI et de gagner en productivité.

3 – 1 – 7 - Évaluer le retour sur investissement (ROI) d'un outil d'emailing

Le choix d'un outil d'emailing est un investissement. Pour s'assurer que cet investissement est rentable, il est essentiel d'évaluer son retour sur investissement (ROI).

Pourquoi évaluer le ROI ?

- **Justifier les dépenses:** Démontrer la valeur ajoutée de l'outil auprès de la direction.
- **Optimiser les stratégies:** Identifier les éléments à améliorer pour augmenter l'efficacité des campagnes.
- **Sélectionner les bons outils:** Comparer différents outils et choisir celui qui offre le meilleur ROI.

Comment calculer le ROI d'un outil d'emailing ?

Le calcul du ROI d'une campagne d'emailing est assez simple :

$$\text{ROI} = (\text{Bénéfices générés} - \text{Coûts}) / \text{Coûts}$$

- **Bénéfices générés:** Cela peut être le chiffre d'affaires supplémentaire généré grâce à la campagne, le nombre de nouveaux clients acquis, ou encore le montant des économies réalisées.
- **Coûts:** Il s'agit de tous les coûts liés à la campagne, y compris l'abonnement à l'outil, le coût des ressources humaines, les éventuels coûts d'acquisition de la liste d'emails, etc.

Les indicateurs clés à suivre pour évaluer le ROI

Pour évaluer efficacement le ROI de votre outil d'emailing, il est essentiel de suivre un certain nombre d'indicateurs clés de performance (KPI):

- **Taux d'ouverture:** Pourcentage de destinataires ayant ouvert votre email.
- **Taux de clic:** Pourcentage de destinataires ayant cliqué sur un lien dans votre email.
- **Taux de conversion:** Pourcentage de destinataires ayant réalisé l'action souhaitée (achat, inscription à un webinar, etc.).
- **Taux de désabonnement:** Pourcentage de destinataires s'étant désabonnés de votre liste.
- **Revenu par email:** Montant moyen généré par chaque email envoyé.
- **Coût par acquisition (CPA):** Coût nécessaire pour acquérir un nouveau client grâce à l'emailing.

Les défis de la mesure du ROI

- **Attribution:** Il peut être difficile d'attribuer de manière précise une vente à une campagne d'emailing spécifique, surtout si le parcours client est long et complexe.
- **Données incomplètes:** Si vos données ne sont pas complètes ou fiables, il sera difficile d'obtenir une mesure précise du ROI.
- **Différents objectifs:** Les objectifs d'une campagne d'emailing peuvent varier (notoriété, fidélisation, vente). Il est donc important d'adapter les indicateurs à suivre en fonction de ces objectifs.

Comment améliorer le ROI de votre outil d'emailing ?

- **Personnaliser vos emails:** Adaptez le contenu de vos emails en fonction des intérêts et des comportements de vos destinataires.
- **Segmenter votre liste:** Divisez votre liste en segments plus petits pour envoyer des messages plus pertinents.
- **Optimiser la ligne d'objet:** Utilisez des lignes d'objet accrocheuses et personnalisées.

- **Améliorer la conception de vos emails:** Utilisez des modèles visuellement attrayants et faciles à lire.
- **Tester différentes stratégies:** Mettez en place des A/B tests pour identifier les éléments qui fonctionnent le mieux.
- **Suivre les performances:** Analysez régulièrement vos résultats et ajustez vos stratégies en conséquence.

Evaluer le ROI d'un outil d'emailing est essentiel pour optimiser votre stratégie marketing. En suivant les bons indicateurs et en mettant en place des actions correctives, vous pourrez maximiser le retour sur investissement de votre outil.

3 – 2 - Les différents types de logiciels d'emailing : un aperçu

Les logiciels d'emailing sont des outils indispensables pour les entreprises souhaitant communiquer efficacement avec leurs clients et prospects. Ils offrent une multitude de fonctionnalités pour créer, envoyer et suivre des campagnes d'emailing personnalisées.

Classification des logiciels d'emailing

Les logiciels d'emailing peuvent être classés selon plusieurs critères :

1. Selon les fonctionnalités

- **Logiciels d'emailing transactionnels:** Spécialisés dans l'envoi d'emails automatisés déclenchés par une action spécifique (confirmation de commande, réinitialisation de mot de passe, etc.).
- **Logiciels d'emailing marketing:** Destinés à créer et à envoyer des campagnes marketing (newsletters, promotions, etc.). Ils offrent des fonctionnalités plus avancées en termes de personnalisation, de segmentation et d'automatisation.

2. Selon la taille de l'entreprise

- **Logiciels pour PME:** Offrent un bon équilibre entre fonctionnalités et prix, adaptés aux besoins des petites et moyennes entreprises.
- **Logiciels pour grandes entreprises:** Proposent des fonctionnalités très avancées et peuvent gérer de très grandes bases de données de contacts.

3. Selon le mode de déploiement

- **Logiciels en SaaS (Software as a Service):** Les plus courants, ils sont hébergés sur des serveurs externes et accessibles via un navigateur web.
- **Logiciels sur site:** Installés sur les serveurs de l'entreprise, ils offrent une plus grande personnalisation mais nécessitent des ressources informatiques importantes.

Les fonctionnalités clés des logiciels d'emailing

- **Création d'emails:** Éditeurs WYSIWYG (What You See Is What You Get) pour créer des emails visuellement attrayants.
- **Gestion des contacts:** Importation, segmentation et nettoyage des listes de contacts.

- **Automatisation des campagnes:** Création de workflows automatisés pour envoyer des emails en fonction de critères prédéfinis (date d'anniversaire, comportement d'achat, etc.).
- **Personnalisation:** Insertion de données dynamiques dans les emails pour les personnaliser en fonction de chaque destinataire.
- **Suivi des performances:** Analyse des taux d'ouverture, de clics et de conversion pour mesurer l'efficacité des campagnes.
- **Intégrations:** Connexions avec d'autres outils marketing (CRM, CMS, etc.) pour une meilleure gestion de la relation client.

Quelques exemples de logiciels d'emailing populaires- nos Top5

- **Mailchimp:** Très populaire pour les petites et moyennes entreprises, il offre une interface intuitive et de nombreuses fonctionnalités.
- **Sendinblue:** Solution complète qui combine email marketing, SMS marketing et chat en direct.
- **HubSpot:** Intégré à une plateforme marketing complète, il propose des fonctionnalités d'automatisation avancées.
- **ActiveCampaign:** Connu pour ses fonctionnalités de marketing automation et de segmentation.
- **GetResponse:** Offre une large gamme de fonctionnalités, notamment des webinaires et des landing pages.

Comment choisir le bon logiciel d'emailing ?

Le choix du logiciel d'emailing dépend de plusieurs facteurs :

- **La taille de votre base de contacts:**
- **Les fonctionnalités dont vous avez besoin:**
- **Votre budget:**
- **La facilité d'utilisation:**
- **Les intégrations avec vos autres outils:**

Les logiciels d'emailing sont des outils essentiels pour toute entreprise souhaitant développer sa communication digitale. En choisissant le bon logiciel, vous pourrez améliorer votre taux d'ouverture, votre taux de clic et votre retour sur investissement.

3 – 2 – 1 - Choisir le bon logiciel d'emailing pour votre e-commerce

Ces outils sont conçus pour répondre aux besoins spécifiques des entreprises en ligne, offrant des fonctionnalités avancées pour optimiser vos campagnes marketing et augmenter vos ventes.

Pourquoi un logiciel d'emailing spécifique pour l'e-commerce ?

Les logiciels d'emailing conçus pour l'e-commerce proposent des fonctionnalités adaptées à ce secteur d'activité, telles que :

- **Intégration avec les plateformes e-commerce:** Ces logiciels se connectent facilement à des plateformes comme Shopify, WooCommerce, Magento, etc., permettant de récupérer des données clients et de synchroniser les catalogues produits.

- **Automatisations avancées:** Envoi d'emails de bienvenue, de relance de panier abandonné, de recommandations de produits, etc.
- **Segmentation fine des clients:** Possibilité de segmenter votre base de contacts en fonction de leurs achats, de leur comportement sur votre site, etc., pour des campagnes plus personnalisées.
- **Suivi des performances:** Mesure précise du ROI de vos campagnes grâce à des rapports détaillés sur les taux d'ouverture, de clics, et de conversion.

Critères de choix d'un logiciel d'emailing pour l'e-commerce

- **Intégrations:** Assurez-vous que le logiciel s'intègre bien avec votre plateforme e-commerce et les autres outils que vous utilisez (CRM, analytics, etc.).
- **Fonctionnalités d'automatisation:** Vérifiez si le logiciel propose les automatisations dont vous avez besoin (abandons de panier, bienvenue, anniversaire, etc.).
- **Segmentation:** La possibilité de segmenter finement votre base de contacts est essentielle pour personnaliser vos campagnes.
- **Facilité d'utilisation:** L'interface doit être intuitive pour vous permettre de créer facilement vos campagnes.
- **Prix:** Les tarifs varient en fonction des fonctionnalités et du nombre de contacts.

Quelques logiciels d'emailing populaires pour l'e-commerce

- **Klaviyo:** Très populaire dans le secteur de l'e-commerce, il offre des fonctionnalités avancées de segmentation et d'automatisation.
- **Omnisend:** Propose une combinaison d'emailing, SMS et push notifications, idéale pour les marques omnicanales.
- **Sendinblue:** Offre une solution complète de marketing digital, incluant l'emailing, le SMS, le chat et les landing pages.
- **Magento Commerce:** Si vous utilisez la plateforme Magento, ce logiciel est nativement intégré et offre des fonctionnalités spécifiques.
- **Shopify Email:** Pour les utilisateurs de Shopify, cette solution est intégrée à la plateforme et offre une expérience utilisateur simplifiée.

Le choix du bon logiciel d'emailing pour votre e-commerce est crucial pour le succès de vos campagnes marketing. En prenant en compte les critères mentionnés ci-dessus et en évaluant les différentes solutions disponibles, vous pourrez sélectionner l'outil qui répondra le mieux à vos besoins spécifiques.

3 – 2 – 2 - Focus sur l'automatisation marketing

Comprendre l'automatisation marketing

L'automatisation marketing, et plus particulièrement l'automatisation par email, permet de personnaliser l'expérience client à grande échelle. Grâce à des workflows préétablis, les actions des prospects et clients déclenchent automatiquement des séquences d'emails ciblés.

Pourquoi choisir un logiciel d'emailing avec des fonctionnalités d'automatisation ?

- **Personnalisation:** Envoyer des emails adaptés à chaque étape du parcours client.

- **Efficacité:** Automatiser des tâches répétitives pour gagner du temps.
- **Augmentation du ROI:** Optimiser les campagnes en fonction des comportements des clients.

Les principaux types d'automatisations dans un logiciel d'emailing

- **Bienvenue:** Accueillir les nouveaux abonnés avec un email personnalisé.
- **Abandon de panier:** Relancer les clients qui ont ajouté des produits à leur panier sans finaliser leur achat.
- **Anniversaires:** Féliciter vos clients et leur proposer des offres spéciales.
- **Fidélisation:** Mettre en place des programmes de fidélité pour récompenser les clients réguliers.
- **Nurturing:** Éduquer les prospects sur vos produits ou services.

Critères de choix d'un logiciel d'automatisation marketing

- **Facilité d'utilisation:** L'interface doit être intuitive pour créer des workflows complexes.
- **Flexibilité:** Le logiciel doit permettre de personnaliser les parcours clients.
- **Intégrations:** Il doit s'intégrer avec vos autres outils (CRM, CMS, etc.).
- **Reporting:** Des rapports détaillés sont essentiels pour mesurer le ROI de vos campagnes.
- **Fonctionnalités avancées:** Segmentation, A/B testing, scoring des leads, etc.

Exemples de logiciels d'automatisation marketing

- **HubSpot Marketing Hub:** Une plateforme complète qui inclut l'automatisation marketing, le CRM, et bien plus.
- **ActiveCampaign:** Connu pour ses fonctionnalités d'automatisation avancées et sa flexibilité.
- **Marketo Engage:** Une solution robuste pour les grandes entreprises.
- **SharpSpring:** Une option intéressante pour les PME.
- **ConvertKit:** Spécialisé dans l'email marketing et l'automatisation pour les créateurs de contenu.

Un logiciel d'automatisation marketing vous permet de personnaliser vos campagnes d'emailing, d'augmenter votre taux d'engagement et de générer plus de ventes. En choisissant le bon outil, vous optimiserez votre stratégie marketing et gagnerez en efficacité.

Chapitre 4

Les fonctionnalités clés d'un logiciel d'emailing

4 – 1- création et personnalisation des emails

La création et la personnalisation d'emails sont au cœur d'une stratégie d'email marketing réussie. En offrant une expérience unique à chaque destinataire, vous améliorez considérablement l'engagement et le taux de conversion de vos campagnes.

Les éléments clés de la personnalisation

- **Les champs dynamiques:** Ces éléments permettent d'insérer des informations variables directement dans le corps de l'email, comme le prénom du destinataire, le nom de l'entreprise ou des recommandations de produits personnalisés.
- **La segmentation:** En segmentant votre liste de contacts en fonction de critères précis (démographiques, comportements, centres d'intérêt), vous pouvez envoyer des messages hyper-ciblés.
- **Les scénarios d'automatisation:** En créant des workflows automatisés, vous pouvez envoyer des emails personnalisés en fonction des actions de vos contacts (abandon de panier, anniversaire, etc.).
- **Le contenu dynamique:** Adaptez le contenu de votre email en fonction des préférences de chaque destinataire. Par exemple, vous pouvez afficher des produits différents en fonction de l'historique d'achat d'un client.

Les outils pour personnaliser vos emails

- **Les éditeurs visuels:** La plupart des logiciels d'emailing proposent des éditeurs visuels intuitifs qui permettent de créer des emails sans connaissances en code. Vous pouvez ainsi facilement ajouter des images, des vidéos et personnaliser la mise en page.
- **Les modèles préconçus:** De nombreux modèles sont disponibles pour vous aider à créer des emails professionnels rapidement. Vous pouvez les personnaliser en fonction de votre charte graphique et de votre message.
- **Les blocs de contenu:** Ces blocs prédéfinis (boutons, images, textes) vous permettent de structurer facilement votre email et de le rendre plus attractif.
- **Les outils de personnalisation avancée:** Certains logiciels proposent des fonctionnalités avancées comme la personnalisation dynamique du contenu en fonction des données de votre CRM.

Les bonnes pratiques pour personnaliser vos emails

- **Utilisez un ton conversationnel:** Adressez-vous à vos destinataires comme à des personnes réelles.
- **Soyez concis et clair:** Allez droit au but et évitez les messages trop longs.
- **Mettez en avant les bénéfices:** Expliquez clairement ce que vos destinataires vont gagner en cliquant sur votre lien.
- **Utilisez un appel à l'action clair et percutant:** Indiquez clairement ce que vous attendez de vos destinataires (acheter, s'inscrire, etc.).

- **Testez et optimisez:** N'hésitez pas à tester différentes versions de vos emails pour identifier celles qui fonctionnent le mieux.

Exemples de personnalisation

- **Salutation personnalisée:** "Bonjour [Prénom],", "Chère [Nom],"
- **Recommandations de produits personnalisés:** "Nous avons sélectionné pour vous des produits qui pourraient vous intéresser, en fonction de vos dernières visites."
- **Offres spéciales personnalisées:** "En tant que client fidèle, nous vous offrons [réduction] sur votre prochaine commande."
- **Contenu personnalisé en fonction du comportement:** "Vous avez récemment consulté [produit], découvrez notre sélection complémentaire."

Pourquoi personnaliser vos emails ?

- **Améliorer l'engagement:** Les emails personnalisés sont plus susceptibles d'être ouverts et lus.
- **Augmenter le taux de clic:** En proposant du contenu pertinent, vous incitez les destinataires à cliquer sur vos liens.
- **Renforcer la relation client:** La personnalisation montre à vos clients que vous les connaissez et que vous vous souciez d'eux.
- **Améliorer le ROI:** Les campagnes d'emailing personnalisées génèrent généralement de meilleurs résultats en termes de ventes et de revenus.

la personnalisation des emails est un élément clé pour réussir votre stratégie d'email marketing. En suivant ces conseils et en utilisant les bons outils, vous pourrez créer des campagnes efficaces et personnalisées qui vous permettront de vous démarquer de la concurrence.

4 – 1 – 1 - Création et personnalisation d'emails : l'importance de l'éditeur visuel

L'éditeur visuel est devenu un outil incontournable pour créer et personnaliser des emails sans avoir besoin de compétences en codage. Il permet de concevoir des campagnes d'emailing attractives et efficaces en quelques clics.

Qu'est-ce qu'un éditeur visuel ?

Un éditeur visuel est une interface graphique qui permet de créer des emails en glissant-déposant des éléments (textes, images, boutons) sur une zone de travail. Il offre une vue en temps réel de ce à quoi ressemblera votre email une fois envoyé.

Les avantages de l'éditeur visuel

- **Intuitivité:** L'interface est simple à prendre en main, même pour les débutants.
- **Flexibilité:** Une large gamme de modèles et d'éléments personnalisables est généralement proposée.
- **Gain de temps:** La création d'emails est accélérée grâce à l'interface visuelle.
- **Responsive design:** Les emails créés sont optimisés pour s'afficher correctement sur tous les appareils (ordinateur, tablette, smartphone).

- **Personnalisation:** De nombreuses options de personnalisation sont disponibles pour adapter l'email à votre charte graphique et à votre message.

Les fonctionnalités clés d'un éditeur visuel

- **Modèles préconçus:** Une bibliothèque de modèles est souvent incluse pour vous aider à démarrer rapidement.
- **Glisser-déposer:** Les éléments (textes, images, boutons) sont ajoutés à l'email par simple glisser-déposer.
- **Personnalisation des couleurs, des polices et des tailles:** Vous pouvez adapter l'apparence de votre email à votre image de marque.
- **Intégration d'images et de vidéos:** Insérez facilement des éléments visuels pour rendre votre email plus attractif.
- **Gestion des liens:** Ajoutez des liens vers vos pages web ou vos produits.
- **Aperçu avant envoi:** Visualisez votre email sous différentes formes (ordinateur, tablette, smartphone) avant de l'envoyer.

Comment choisir un éditeur visuel ?

- **Facilité d'utilisation:** L'interface doit être intuitive et facile à prendre en main.
- **Fonctionnalités:** Assurez-vous que l'éditeur propose toutes les fonctionnalités dont vous avez besoin (modèles, personnalisation, etc.).
- **Intégrations:** Vérifiez si l'éditeur s'intègre avec vos autres outils (CRM, CMS, etc.).
- **Prix:** Comparez les tarifs des différents logiciels pour trouver celui qui correspond à votre budget.

Quelques exemples d'éditeurs visuels

- **Mailchimp:** Très populaire, offre une interface simple et intuitive.
- **Sendinblue:** Propose un éditeur visuel complet avec de nombreuses fonctionnalités.
- **HubSpot:** Intégré à une suite marketing complète, offre des options de personnalisation avancées.
- **Sarbacane:** Solution française avec un éditeur visuel performant.

L'éditeur visuel est un outil indispensable pour créer des emails professionnels et personnalisés sans avoir besoin de compétences techniques. En choisissant le bon outil, vous gagnerez du temps et améliorerez l'efficacité de vos campagnes d'emailing.

4 -1-2 –création de modèles

Le choix du meilleur logiciel d'emailing pour créer des modèles dépendra grandement de vos besoins spécifiques, de la taille de votre liste de contacts et de votre budget. Voici quelques-uns des logiciels les plus populaires, connus pour leurs fonctionnalités de création de modèles et leur facilité d'utilisation :

Les leaders du marché :

- **Mailchimp:** Très populaire, il offre une interface intuitive et une large gamme de modèles personnalisables. Il est particulièrement adapté aux petites et moyennes entreprises.

- **Sendinblue (Brevo):** Propose un éditeur visuel complet, de nombreuses fonctionnalités d'automatisation et une tarification flexible. Il est adapté à un large éventail d'utilisateurs.
- **HubSpot:** Intégré à une suite marketing complète, il offre des fonctionnalités avancées de personnalisation et de suivi des performances. Il est idéal pour les entreprises cherchant une solution tout-en-un.
- **ActiveCampaign:** Connu pour ses fonctionnalités d'automatisation avancées, il permet de créer des scénarios d'emailing complexes et personnalisés. Il est adapté aux entreprises souhaitant aller au-delà de l'envoi simple de newsletters.

D'autres options intéressantes :

- **MailerLite:** Offre une interface simple et intuitive, ainsi qu'une gamme de modèles personnalisables.
- **Constant Contact:** Connu pour son support client, il propose des fonctionnalités solides pour la création et l'envoi d'emails.
- **Sarbacane:** Solution française avec un éditeur visuel performant et une interface en français.

Critères de choix :

- **Facilité d'utilisation:** L'interface doit être intuitive et facile à prendre en main.
- **Fonctionnalités:** Assurez-vous que le logiciel propose toutes les fonctionnalités dont vous avez besoin (modèles, personnalisation, automatisation, etc.).
- **Intégrations:** Vérifiez si le logiciel s'intègre avec vos autres outils (CRM, CMS, etc.).
- **Prix:** Comparez les tarifs des différents logiciels pour trouver celui qui correspond à votre budget.
- **Support client:** Un bon support client est essentiel pour vous accompagner dans la prise en main du logiciel.

Conseils supplémentaires :

- **Testez les versions gratuites:** La plupart des logiciels proposent une version gratuite ou un essai gratuit pour vous permettre de les tester avant de vous engager.
- **Tenez compte de la taille de votre liste de contacts:** Certains logiciels ont des limites en termes de nombre de contacts.
- **Pensez à vos besoins futurs:** Si vous envisagez de développer votre stratégie d'emailing, choisissez un logiciel évolutif.

Le choix du meilleur logiciel d'emailing pour créer des modèles dépendra de vos besoins spécifiques. Je vous recommande de tester plusieurs options pour trouver celle qui vous convient le mieux

4 – 1 – 3 - La personnalisation dynamique

La personnalisation dynamique est l'une des fonctionnalités les plus puissantes d'un logiciel d'emailing moderne. Elle permet d'adapter le contenu de vos emails en fonction de données spécifiques à chaque destinataire, offrant ainsi une expérience plus personnalisée et plus pertinente.

Qu'est-ce que la personnalisation dynamique ?

La personnalisation dynamique consiste à insérer des éléments variables directement dans le corps de l'email, tels que :

- **Le prénom du destinataire:** "Bonjour [Prénom],",
- **Des recommandations de produits:** "Nous avons sélectionné pour vous des produits similaires à ceux que vous avez récemment consultés :",
- **Des offres personnalisées:** "En tant que membre de notre programme de fidélité, bénéficiez de [réduction] sur votre prochain achat.",
- **Le contenu d'un article de blog lu:** "Vous avez montré de l'intérêt pour notre article sur [sujet], découvrez notre nouveau guide sur [sujet lié]."

Les avantages de la personnalisation dynamique

- **Taux d'ouverture plus élevés:** Les emails personnalisés sont plus susceptibles d'être ouverts.
- **Taux de clic plus élevés:** Les destinataires sont plus enclins à cliquer sur les liens d'un email qui les concerne directement.
- **Meilleur engagement:** La personnalisation renforce le sentiment de connexion avec la marque.
- **Augmentation du chiffre d'affaires:** Les emails personnalisés peuvent générer plus de ventes.

Comment fonctionne la personnalisation dynamique ?

Les logiciels d'emailing utilisent des champs dynamiques pour insérer des informations variables dans les emails. Ces informations sont généralement tirées d'une base de données qui contient les informations sur vos contacts.

Les fonctionnalités clés associées à la personnalisation dynamique

- **Les champs dynamiques:** Ce sont les éléments qui seront remplacés par des informations spécifiques à chaque destinataire.
- **La segmentation:** La possibilité de segmenter votre liste de contacts en fonction de critères précis (démographiques, comportements, etc.) pour envoyer des messages plus ciblés.
- **Les scénarios d'automatisation:** La création de workflows automatisés pour envoyer des emails personnalisés en fonction des actions de vos contacts (abandon de panier, anniversaire, etc.).
- **Les recommandations de produits:** La possibilité de recommander des produits en fonction de l'historique d'achat ou des centres d'intérêt de chaque contact.

La personnalisation dynamique est un élément clé pour créer des campagnes d'emailing efficaces et personnalisées. En utilisant les bons outils et en mettant en place des stratégies de personnalisation pertinentes, vous pouvez améliorer considérablement l'engagement de vos contacts et augmenter votre retour sur investissement.

4 – 2 - Gestion des listes de contacts

La gestion efficace de vos listes de contacts est un élément crucial pour le succès de vos campagnes d'emailing. Une liste bien segmentée et régulièrement mise à jour vous permettra d'envoyer des messages plus pertinents et d'augmenter votre taux d'ouverture et de clic.

Pourquoi est-il important de bien gérer ses listes de contacts ?

- **Personnalisation:** Une liste segmentée permet d'envoyer des messages personnalisés à chaque segment, augmentant ainsi l'engagement.
- **Taux de délivrabilité:** Une liste propre, sans adresses invalides ou doublons, améliore votre réputation d'expéditeur et réduit le risque de finir dans les spams.
- **Respect de la vie privée:** Le RGPD et autres réglementations similaires exigent une gestion rigoureuse des données personnelles.
- **Meilleur ROI:** En envoyant des messages pertinents à la bonne audience, vous optimiserez votre retour sur investissement.

Les étapes clés de la gestion de vos listes de contacts

1. **Collecte de données:**
 - **Formulaires d'inscription clairs et concis:** Demandez uniquement les informations nécessaires.
 - **Double opt-in:** Demandez une confirmation d'inscription pour vous assurer que les contacts sont réellement intéressés.
 - **Incitation à l'inscription:** Offrez un contenu exclusif, une réduction ou un cadeau pour encourager les inscriptions.
2. **Segmentation:**
 - **Critères de segmentation:** Définissez des segments en fonction de critères démographiques (âge, sexe, localisation), comportementaux (achats, clics) ou d'intérêts.
 - **Outils de segmentation:** Utilisez les fonctionnalités de segmentation de votre logiciel d'emailing.
3. **Nettoyage de la liste:**
 - **Suppression des doublons:** Éliminez les adresses email en double.
 - **Vérification de la validité des adresses:** Utilisez des outils de vérification pour identifier les adresses invalides.
 - **Désinscription:** Respectez les demandes de désinscription.
4. **Mise à jour régulière:**
 - **Ajout de nouveaux contacts:** Importez régulièrement de nouveaux contacts.
 - **Mise à jour des informations:** Mettez à jour les informations de vos contacts (changement d'adresse, nouveaux centres d'intérêt).

Les fonctionnalités à rechercher dans un logiciel d'emailing

- **Import/export de contacts:** Importez facilement vos contacts depuis différents formats (CSV, Excel).
- **Segmentation avancée:** Segmentez vos listes en fonction de critères multiples.
- **Automatisation:** Automatisez les tâches de nettoyage et de mise à jour de votre liste.
- **Rapports détaillés:** Suivez les performances de vos campagnes et analysez le comportement de vos contacts.

Les meilleures pratiques pour une gestion efficace

- **Soyez transparent:** Informez vos contacts sur l'utilisation de leurs données.
- **Proposez des options de désinscription claires:** Facilitez la désinscription pour ceux qui ne souhaitent plus recevoir vos emails.
- **Personnalisez vos messages:** Utilisez les champs dynamiques pour adresser vos contacts par leur prénom et leur proposer du contenu personnalisé.
- **Testez régulièrement:** Testez différentes stratégies de segmentation et de personnalisation pour optimiser vos campagnes.

Une gestion efficace de vos listes de contacts est essentielle pour réussir vos campagnes d'emailing. En suivant ces conseils, vous pourrez envoyer des messages plus pertinents, améliorer votre taux d'ouverture et renforcer votre relation avec vos clients.

4 – 2 – 1 - Gestion des listes de contacts et segmentation en emailing

La gestion efficace de vos listes de contacts est un pilier fondamental de toute stratégie d'emailing réussie. En segmentant votre liste, vous pouvez envoyer des messages plus pertinents à chaque groupe de destinataires, augmentant ainsi considérablement l'engagement et le retour sur investissement de vos campagnes.

Pourquoi segmenter sa liste de contacts ?

La segmentation consiste à diviser votre liste de contacts en sous-groupes plus petits, basés sur des critères spécifiques. Cela permet d'envoyer des messages personnalisés et ciblés, ce qui entraîne généralement :

- **Des taux d'ouverture plus élevés:** Les destinataires sont plus susceptibles d'ouvrir un email qui les concerne directement.
- **Des taux de clics plus élevés:** Un contenu pertinent incite à l'action.
- **Un meilleur engagement:** Les contacts se sentent plus valorisés lorsqu'ils reçoivent des messages adaptés à leurs besoins.
- **Une amélioration du ROI:** En ciblant les bons segments, vous optimisez vos dépenses marketing.

Comment segmenter sa liste ?

Les critères de segmentation sont multiples et peuvent être combinés :

- **Démographie:** Âge, sexe, localisation géographique, profession...
- **Comportement:** Achats précédents, clics sur des liens, téléchargements, participation à des événements...
- **Intérêts:** Centres d'intérêt, sujets préférés, produits consultés...
- **Phase du cycle de vie:** Prospects, clients, ambassadeurs...

Les avantages de la segmentation

- **Personnalisation:** Chaque message est adapté à un segment spécifique, ce qui renforce le sentiment de connexion avec la marque.

- **Pertinence:** Les offres proposées sont plus en phase avec les besoins et les attentes des destinataires.
- **Optimisation des campagnes:** Vous pouvez tester différents messages et offres auprès de différents segments pour identifier ce qui fonctionne le mieux.
- **Amélioration de la délivrabilité:** Une segmentation précise permet d'éviter d'envoyer des messages non pertinents qui pourraient être considérés comme du spam.

Les meilleures pratiques pour la segmentation

- **Collectez des données pertinentes:** Plus vous avez d'informations sur vos contacts, plus vous pourrez affiner votre segmentation.
- **Soyez régulier:** Mettez à jour régulièrement vos segments pour tenir compte des changements de comportement de vos contacts.
- **Testez et mesurez:** Analysez les résultats de vos campagnes pour affiner votre stratégie de segmentation.
- **Respectez la vie privée:** Assurez-vous de respecter les réglementations en vigueur en matière de protection des données (RGPD).

La segmentation de vos listes de contacts est un investissement qui porte ses fruits. En offrant une expérience personnalisée à chaque destinataire, vous augmenterez votre engagement, votre taux de conversion et votre retour sur investissement.

4 – 2 – 2 - Nettoyage des listes de contacts en emailing

Le nettoyage régulier de vos listes de contacts est une étape cruciale pour maintenir un taux de délivrabilité élevé et optimiser l'efficacité de vos campagnes d'emailing. Une liste propre, c'est-à-dire sans adresses invalides, doublons ou contacts inactifs, vous permet d'améliorer la réputation de votre expéditeur et d'éviter d'être considéré comme un spammeur.

Pourquoi nettoyer sa liste de contacts ?

- **Améliorer la délivrabilité:** Les fournisseurs de messagerie (Gmail, Outlook, etc.) sont de plus en plus vigilants quant à la qualité des listes d'envoi. Une liste propre réduit le risque que vos emails finissent dans les spams.
- **Réduire les coûts:** Envoyer des emails à des adresses invalides est une perte de temps et d'argent.
- **Augmenter l'engagement:** En ciblant une audience réellement intéressée, vous augmentez les chances d'obtenir des clics et des conversions.
- **Respecter la réglementation:** Le RGPD et d'autres réglementations similaires exigent que vous ne conserviez que les données des personnes qui ont donné leur consentement.

Comment nettoyer sa liste de contacts ?

1. **Identifier les adresses invalides:**
 - **Adresses mal formatées:** Vérifiez la syntaxe des adresses (exemple : @gmail.com au lieu de @gamil.com).
 - **Boîtes aux lettres supprimées:** Certaines adresses peuvent ne plus exister.
 - **Adresses temporaires:** Les adresses jetables ou les domaines gratuits sont souvent utilisés pour s'inscrire à des newsletters et ne sont pas fiables.

2. **Supprimer les doublons:**
 - **Adresses en double:** Assurez-vous qu'une même adresse n'apparaît qu'une seule fois dans votre liste.
 - **Différentes variantes:** Identifiez les adresses qui sont écrites de différentes manières (exemple : [adresse e-mail supprimée] et [adresse e-mail supprimée]).
3. **Supprimer les contacts inactifs:**
 - **Contacts n'ayant jamais ouvert d'email:** Ces contacts ne sont probablement plus intéressés par vos communications.
 - **Contacts ayant demandé à se désinscrire:** Respectez leur choix.
4. **Vérifier la qualité des données:**
 - **Complétude des informations:** Assurez-vous que les informations de vos contacts sont à jour et complètes.
 - **Cohérence des données:** Vérifiez qu'il n'y a pas d'incohérences entre les différentes informations.

Outils et méthodes pour nettoyer sa liste

- **Fonctionnalités intégrées de votre logiciel d'emailing:** De nombreux logiciels proposent des outils pour vérifier la validité des adresses et supprimer les doublons.
- **Outils de vérification d'adresses email spécialisés:** Des outils comme NeverBounce ou Bouncer permettent de vérifier la validité d'un grand nombre d'adresses en une seule fois.
- **Segmentation et filtrage:** Utilisez les fonctionnalités de segmentation de votre logiciel pour identifier les contacts inactifs ou ceux qui n'ont pas ouvert vos derniers emails.
- **Double opt-in:** Mettez en place un système de double opt-in pour vous assurer que les personnes qui s'inscrivent à votre liste sont réellement intéressées.

À quelle fréquence nettoyer sa liste ?

Il est recommandé de nettoyer votre liste de contacts au moins une fois par trimestre. Pour les listes très importantes, un nettoyage mensuel peut être nécessaire.

Le nettoyage régulier de votre liste de contacts est essentiel pour maintenir une bonne réputation d'expéditeur et améliorer l'efficacité de vos campagnes d'emailing. En suivant ces conseils, vous pourrez vous assurer que vos messages sont bien reçus par les bonnes personnes et que vous obtenez les meilleurs résultats possibles.

4 – 2– 3 - Choisir le meilleur outil pour nettoyer votre liste de contacts

Le choix d'un outil de nettoyage de liste de contacts est une étape cruciale pour optimiser vos campagnes d'emailing. Plusieurs critères sont à prendre en compte pour sélectionner l'outil le plus adapté à vos besoins.

Critères de sélection d'un outil de nettoyage

- **Précision:** L'outil doit être capable d'identifier avec précision les adresses invalides, les doublons et les boîtes aux lettres fermées.
- **Vitesse:** Le temps de traitement de votre liste est important, surtout si vous avez une base de données volumineuse.

- **Fonctionnalités supplémentaires:** Certains outils proposent des fonctionnalités avancées comme la segmentation, la personnalisation ou l'intégration avec d'autres outils marketing.
- **Prix:** Les tarifs varient en fonction des fonctionnalités et du volume de données traitées.
- **Facilité d'utilisation:** L'interface doit être intuitive et facile à prendre en main.

Les principaux types d'outils de nettoyage

- **Outils spécialisés de vérification d'emails:** Ces outils sont conçus spécifiquement pour vérifier la validité des adresses email et éliminer les doublons. Exemples : NeverBounce, Bouncer, ZeroBounce.
- **Logiciels d'emailing avec fonction de nettoyage:** De nombreux logiciels d'emailing (Mailchimp, Sendinblue, HubSpot) proposent des outils intégrés pour nettoyer et segmenter vos listes.
- **Extensions pour feuilles de calcul:** Des extensions comme Clean Email pour Google Sheets permettent de vérifier la validité des adresses directement dans votre feuille de calcul.

Comment choisir l'outil idéal ?

1. **Évaluez vos besoins:**
 - Quelle est la taille de votre liste ?
 - Quelles sont les fonctionnalités dont vous avez besoin (vérification de la syntaxe, suppression des doublons, segmentation) ?
 - Quel est votre budget ?
2. **Comparez les fonctionnalités:**
 - **Taux de précision:** Comparez les taux de précision annoncés par les différents fournisseurs.
 - **Types de vérifications:** Vérifiez si l'outil prend en compte différents types de vérifications (syntaxe, domaine, serveur MX, etc.).
 - **Formats de fichiers pris en charge:** Assurez-vous que l'outil est compatible avec le format de votre liste (CSV, Excel, etc.).
3. **Testez les outils gratuitement:**
 - De nombreux outils proposent des essais gratuits ou des crédits gratuits pour vous permettre de tester leurs fonctionnalités.
4. **Lisez les avis d'utilisateurs:**
 - Consultez les avis sur des plateformes comme G2 ou Capterra pour avoir un retour d'expérience d'autres utilisateurs.

Quelques outils populaires

- **NeverBounce:** Connu pour sa précision et sa rapidité.
- **Bouncer:** Propose une large gamme de fonctionnalités et une intégration avec de nombreux outils marketing.
- **ZeroBounce:** Offre des rapports détaillés sur la qualité de votre liste.
- **Mailchimp:** Intégré à une plateforme d'emailing complète.
- **Sendinblue:** Propose un outil de nettoyage intégré à sa plateforme.

Conseils supplémentaires

- **Nettoyez régulièrement votre liste:** Effectuez des nettoyages réguliers pour maintenir une liste à jour.
- **Utilisez un double opt-in:** Demandez une confirmation d'inscription pour vous assurer que vos contacts sont réellement intéressés.
- **Segmentez votre liste:** Créez des segments pour envoyer des messages plus ciblés et améliorer l'engagement.

En suivant ces conseils et en choisissant l'outil de nettoyage adapté à vos besoins, vous pourrez améliorer considérablement la qualité de vos listes de contacts et optimiser vos campagnes d'emailing.

4 – 2 – 4 - Importation et exportation de listes de contacts en emailing

L'importation et l'exportation de listes de contacts sont des opérations courantes en emailing. Elles permettent de transférer vos données d'un logiciel à un autre, de créer des sauvegardes ou de partager des segments de votre audience.

Pourquoi importer ou exporter des listes de contacts ?

- **Changer de logiciel d'emailing:** Lorsque vous souhaitez migrer vers une nouvelle plateforme, l'importation est essentielle.
- **Créer des sauvegardes:** Il est recommandé de sauvegarder régulièrement vos listes de contacts pour éviter toute perte de données en cas de problème.
- **Partager des données:** Vous pouvez exporter des segments spécifiques de votre liste pour les partager avec d'autres équipes ou pour des campagnes ciblées.
- **Nettoyer vos listes:** L'exportation permet de nettoyer vos listes dans un tableur avant de les réimporter dans votre logiciel.

Formats de fichiers couramment utilisés

Les formats de fichiers les plus courants pour l'import/export de listes de contacts sont :

- **CSV (Comma Separated Values):** C'est le format le plus utilisé. Il s'agit d'un fichier texte où les données sont séparées par des virgules.
- **Excel (XLSX):** Les feuilles de calcul Excel peuvent également être utilisées pour importer et exporter des listes de contacts.
- **JSON:** Un format de fichier léger et lisible par machine, souvent utilisé pour les échanges de données entre applications.

Processus d'importation et d'exportation

Le processus exact peut varier d'un logiciel à l'autre, mais voici les étapes générales :

Importation

1. **Préparation du fichier:** Assurez-vous que votre fichier est au format correct (CSV, Excel, etc.) et que les colonnes contiennent les informations nécessaires (nom, prénom, email, etc.).

2. **Choix du logiciel:** Sélectionnez le logiciel d'emailing dans lequel vous souhaitez importer vos contacts.
3. **Accès à la section "Contacts" ou "Liste"**
4. **Choisir l'option "Importer"**
5. **Sélectionner le fichier** à importer et suivre les instructions à l'écran.

Exportation

1. **Accès à la section "Contacts" ou "Liste"**
2. **Choisir l'option "Exporter"**
3. **Sélectionner le format de fichier** souhaité (CSV, Excel, etc.)
4. **Choisir les champs à exporter** (nom, prénom, email, etc.)
5. **Télécharger le fichier**

Conseils pour une importation/exportation réussie

- **Vérifiez la correspondance des champs:** Assurez-vous que les champs de votre fichier correspondent aux champs de votre logiciel d'emailing.
- **Nettoyez votre liste avant l'importation:** Supprimez les doublons, les adresses invalides et les contacts inactifs.
- **Sauvegardez votre liste avant de l'importer:** Créez une copie de sauvegarde de votre liste originale au cas où quelque chose se passerait mal.
- **Testez avec un petit échantillon:** Avant d'importer toute votre liste, testez avec un petit échantillon pour vérifier que tout fonctionne correctement.

Logiciels d'emailing populaires et leurs fonctionnalités d'import/export

La plupart des logiciels d'emailing proposent des fonctionnalités d'importation et d'exportation intuitives. Parmi les plus populaires, on retrouve :

- **Mailchimp:** Interface simple et intuitive pour importer et exporter des contacts en format CSV.
- **Sendinblue:** Offre une grande flexibilité dans l'importation et l'exportation, avec la possibilité de segmenter vos listes.
- **HubSpot:** Intègre des fonctionnalités avancées pour importer et exporter des contacts, ainsi que pour synchroniser avec d'autres outils.
- **ActiveCampaign:** Propose une interface personnalisable pour importer et exporter des contacts, avec la possibilité de mapper les champs.

L'importation et l'exportation de listes de contacts sont des opérations essentielles pour gérer efficacement vos campagnes d'emailing. En suivant ces conseils et en choisissant le bon logiciel, vous pourrez transférer vos données en toute sécurité et gagner du temps.

4 – 3 - L'automatisation des campagnes d'emailing un gain de temps et d'efficacité

L'automatisation des campagnes d'emailing est devenue indispensable pour les entreprises souhaitant optimiser leur communication avec leurs clients et prospects. Elle permet

d'envoyer des messages personnalisés à grande échelle, au bon moment et à la bonne personne, sans intervention manuelle.

Qu'est-ce que l'automatisation des campagnes d'emailing ?

L'automatisation des campagnes d'emailing consiste à créer des séquences d'emails préprogrammées qui se déclenchent automatiquement en fonction d'actions spécifiques réalisées par les destinataires ou d'événements prédéfinis.

Les principaux types d'automatisation

- **Les séquences de bienvenue:** Accueillez vos nouveaux abonnés avec une série d'emails personnalisés pour les remercier de leur inscription et les inciter à en savoir plus sur votre marque.
- **Les emails de relance:** Relancez les paniers abandonnés, les prospects qui n'ont pas ouvert vos derniers emails ou les clients qui n'ont pas acheté depuis longtemps.
- **Les emails d'anniversaire:** Félicitez vos clients pour leur anniversaire et proposez-leur des offres spéciales.
- **Les emails de suivi après achat:** Envoyez des emails de remerciement, des conseils d'utilisation ou des offres complémentaires après un achat.
- **Les campagnes de nurturing:** Nourrissez vos leads en leur envoyant du contenu pertinent pour les faire avancer dans le funnel de vente.

Les avantages de l'automatisation

- **Gain de temps:** Plus besoin de créer et d'envoyer manuellement chaque email.
- **Personnalisation:** Envoyez des messages adaptés à chaque segment de votre audience.
- **Augmentation de l'engagement:** Améliorez le taux d'ouverture et de clic de vos emails.
- **Meilleur retour sur investissement:** Optimisez vos campagnes et générez plus de conversions.
- **Amélioration de la relation client:** Renforcez la relation avec vos clients grâce à une communication personnalisée et régulière.

Les fonctionnalités clés des outils d'automatisation

- **Création de workflows:** Visualisez et configurez facilement vos séquences d'emails.
- **Segmentation:** Divisez votre liste de contacts en segments pour envoyer des messages plus ciblés.
- **Conditions et déclencheurs:** Définissez les conditions qui déclencheront l'envoi d'un email (ouverture d'un email, clic sur un lien, achat, etc.).
- **Personnalisation dynamique:** Insérez des éléments dynamiques dans vos emails (prénom, produits recommandés, etc.).
- **Intégrations:** Connectez votre outil d'emailing à d'autres outils marketing (CRM, CMS, etc.).

Comment mettre en place une stratégie d'automatisation ?

1. **Définissez vos objectifs:** Que souhaitez-vous accomplir avec l'automatisation ?
2. **Identifiez vos personas:** Créez des profils détaillés de vos clients idéaux.

3. **Créez votre contenu:** Préparez les emails que vous souhaitez envoyer.
4. **Configurez vos workflows:** Définissez les déclencheurs et les actions pour chaque séquence.
5. **Testez et optimisez:** Analysez les résultats de vos campagnes pour améliorer vos stratégies.

L'automatisation des campagnes d'emailing est un outil puissant pour améliorer votre marketing digital. En prenant le temps de mettre en place une stratégie efficace, vous pourrez gagner du temps, augmenter votre engagement et générer plus de conversions.

4 - 3 - 1 - L'automatisation des campagnes d'emailing : les workflows

Les workflows sont au cœur de l'automatisation des campagnes d'emailing. Ils permettent de créer des séquences d'emails préprogrammées qui se déclenchent automatiquement en fonction d'actions spécifiques réalisées par vos contacts ou d'événements prédéfinis.

Qu'est-ce qu'un workflow ?

Un workflow, c'est un peu comme un parcours client automatisé. Imaginez un entonnoir de vente : chaque étape de ce parcours peut être automatisée grâce à des emails ciblés. Par exemple, un nouveau contact qui s'inscrit à votre newsletter peut recevoir une série de emails de bienvenue, puis des offres promotionnelles, et enfin des contenus éducatifs.

Les différents types de workflows

- **Workflows d'onboarding:** Accueillez vos nouveaux abonnés et guidez-les dans leur parcours avec votre marque.
- **Workflows de relance:** Relancez les paniers abandonnés, les prospects qui n'ont pas ouvert vos derniers emails ou les clients inactifs.
- **Workflows post-achat:** Envoyez des emails de remerciement, des offres complémentaires ou des conseils d'utilisation après un achat.
- **Workflows de lead nurturing:** Nourrissez vos leads en leur envoyant du contenu pertinent pour les faire avancer dans le funnel de vente.
- **Workflows d'anniversaire:** Félicitez vos clients pour leur anniversaire et proposez-leur des offres spéciales.

Comment créer un workflow efficace ?

1. **Définissez votre objectif:** Quel est le but de votre workflow ? Générer des leads, augmenter les ventes, fidéliser vos clients ?
2. **Identifiez vos déclencheurs:** Quels événements vont déclencher l'envoi des emails ? Inscription à la newsletter, achat, clic sur un lien, etc.
3. **Créez vos emails:** Rédigez des emails personnalisés et pertinents pour chaque étape du workflow.
4. **Définissez votre parcours:** Déterminez l'ordre des emails, les délais entre chaque envoi et les conditions de sortie du workflow.
5. **Testez et optimisez:** Analysez les résultats de votre workflow pour l'améliorer continuellement.

Exemple de workflow : le panier abandonné

- **Déclencheur:** Un visiteur ajoute un produit à son panier mais ne finalise pas l'achat.
- **Email 1 (1 heure après l'abandon):** Rappel amical avec un bouton "Retourner au panier".
- **Email 2 (24 heures après l'abandon):** Offre spéciale ou code promo pour inciter à l'achat.
- **Email 3 (3 jours après l'abandon):** Présentation de produits complémentaires ou d'un produit similaire.

Les avantages des workflows

- **Personnalisation:** Envoyez des messages adaptés à chaque étape du parcours client.
- **Automatisation:** Gagnez du temps et améliorez votre productivité.
- **Meilleur engagement:** Augmentez les taux d'ouverture et de clics.
- **Amélioration du ROI:** Optimisez vos campagnes et générez plus de conversions.
- **Expérience client améliorée:** Offrez une expérience personnalisée et cohérente à vos clients.

La plupart des outils d'emailing proposent des fonctionnalités de création de workflows.

Les workflows sont un élément clé de toute stratégie d'emailing réussie. Ils vous permettent d'automatiser vos campagnes, de personnaliser vos messages et d'améliorer votre relation avec vos clients.

4 – 3 – 2 - Les séquences d'emails : le cœur de vos campagnes automatisées

Les séquences d'emails sont des séries d'emails automatisés conçus pour engager votre audience de manière progressive et personnalisée. Elles constituent un élément fondamental des workflows d'automatisation, permettant de nourrir vos leads, de convertir des prospects en clients et de fidéliser votre clientèle.

Qu'est-ce qu'une séquence d'emails ?

Une séquence d'emails est une série d'emails préétablis qui sont envoyés automatiquement à un contact à des moments précis et selon des critères définis. Chaque email de la séquence a un objectif spécifique et s'appuie sur les actions précédentes du destinataire.

Exemple : Séquence de bienvenue pour un nouveau abonné

- **Email 1:** Merci pour votre inscription ! Découvrez notre dernier article de blog.
- **Email 2:** Démarrez votre essai gratuit de notre produit.
- **Email 3:** Témoignages de nos clients satisfaits.

Les avantages des séquences d'emails

- **Personnalisation:** Chaque email peut être adapté en fonction des actions et des caractéristiques du destinataire.
- **Automatisation:** Gain de temps considérable et optimisation des ressources.
- **Meilleur engagement:** Les séquences d'emails permettent de maintenir l'intérêt des contacts et d'augmenter les taux d'ouverture et de clic.

- **Conversion:** Les séquences bien conçues guident les prospects vers l'achat ou vers d'autres actions souhaitées.
- **Fidélisation:** Les séquences post-achat renforcent la relation avec les clients et les incitent à revenir.

Les différents types de séquences d'emails

- **Séquences de bienvenue:** Pour accueillir les nouveaux abonnés et les intégrer à votre communauté.
- **Séquences de relance:** Pour récupérer les paniers abandonnés, relancer les prospects inactifs.
- **Séquences de nurturing:** Pour nourrir les leads avec du contenu pertinent et les faire avancer dans le funnel de vente.
- **Séquences post-achat:** Pour remercier les clients, proposer des produits complémentaires ou des offres spéciales.
- **Séquences d'anniversaire:** Pour féliciter vos clients et renforcer votre relation.

Comment créer une séquence d'emails efficace ?

1. **Définissez votre objectif:** Quel est le but de votre séquence ?
2. **Identifiez votre audience:** À qui s'adresse votre séquence ?
3. **Créez du contenu pertinent:** Chaque email doit apporter de la valeur ajoutée.
4. **Définissez votre calendrier:** À quelle fréquence envoyez-vous les emails ?
5. **Personnalisez vos messages:** Utilisez les données de vos contacts pour rendre vos emails plus pertinents.
6. **Testez et optimisez:** Analysez les résultats de votre séquence pour l'améliorer.

Les outils pour créer des séquences d'emails

La plupart des outils d'email marketing proposent des fonctionnalités de création de séquences d'emails :

- **Mailchimp:** Interface intuitive et facile à prendre en main.
- **Sendinblue:** Offre des fonctionnalités avancées de segmentation et d'automatisation.
- **HubSpot:** Intégré à une suite marketing complète.
- **ActiveCampaign:** Connu pour ses fonctionnalités de personnalisation et de segmentation.

Les séquences d'emails sont un outil puissant pour automatiser votre marketing et améliorer votre relation avec vos clients. En les utilisant de manière stratégique, vous pouvez augmenter votre taux de conversion, fidéliser votre clientèle et renforcer votre image de marque.

4 -3- 3 - Les déclencheurs

Les déclencheurs sont les événements qui initient une action spécifique dans une campagne d'emailing automatisée. Ils permettent de personnaliser au maximum vos communications en envoyant les bons messages au bon moment, en fonction du comportement de vos contacts.

Qu'est-ce qu'un déclencheur ?

Un déclencheur est un événement précis qui, lorsqu'il se produit, lance une séquence d'actions prédéfinies. Par exemple, l'ouverture d'un email, l'achat d'un produit, l'anniversaire d'un contact, ou encore l'abandon d'un panier peuvent être des déclencheurs.

Les différents types de déclencheurs

- **Déclencheurs liés à l'engagement:**
 - Ouverture d'un email
 - Clic sur un lien
 - Visite d'une page spécifique
 - Téléchargement d'un contenu
- **Déclencheurs liés aux achats:**
 - Achat d'un produit
 - Abandon de panier
 - Retour produit
- **Déclencheurs liés aux données:**
 - Date d'anniversaire
 - Date d'anniversaire de l'inscription
 - Changement de statut (exemple : passage de prospect à client)
- **Déclencheurs liés à des événements externes:**
 - Intégration avec un CRM
 - Intégration avec un outil de paiement
 - Intégration avec un outil de sondage

Comment utiliser les déclencheurs ?

1. **Identifier les événements clés:** Déterminez les actions de vos contacts qui sont les plus importantes pour votre entreprise.
2. **Créer des séquences d'emails personnalisées:** Associez à chaque déclencheur une série d'emails adaptés.
3. **Personnaliser vos messages:** Utilisez les données de vos contacts pour rendre vos emails plus pertinents.
4. **Suivre les résultats:** Analysez les performances de vos campagnes pour affiner vos stratégies.

Exemples de scénarios utilisant des déclencheurs

- **Abandon de panier:** Un email de relance est envoyé automatiquement quelques heures après qu'un visiteur ait ajouté des produits à son panier sans finaliser son achat.
- **Anniversaire d'un client:** Un email de félicitations accompagné d'un code promo est envoyé le jour de l'anniversaire du client.
- **Téléchargement d'un ebook:** Une série d'emails est envoyée pour présenter d'autres contenus pertinents et inciter à l'achat.
- **Premier achat:** Un email de remerciement est envoyé, suivi d'une série d'emails de fidélisation.

Les avantages d'utiliser des déclencheurs

- **Personnalisation:** Les messages sont adaptés à chaque contact en fonction de son comportement.

- **Automatisation:** Gain de temps et optimisation des ressources.
- **Meilleur engagement:** Les emails sont envoyés au moment opportun, ce qui augmente les taux d'ouverture et de clic.
- **Amélioration du ROI:** Les campagnes ciblées génèrent de meilleurs résultats en termes de conversion.

Les déclencheurs sont essentiels pour créer des campagnes d'emailing personnalisées et efficaces. En utilisant les bons déclencheurs, vous pouvez améliorer l'engagement de vos contacts, augmenter votre taux de conversion et renforcer votre relation client.

4 – 4 -Suivi et Analyse des Performances de vos Campagnes d'Emailing

Le suivi et l'analyse des performances de vos campagnes d'emailing sont essentiels pour mesurer leur efficacité et optimiser vos futures stratégies. En comprenant comment vos destinataires interagissent avec vos emails, vous pouvez affiner vos messages, améliorer votre taux de conversion et renforcer votre relation client.

Les Indicateurs Clés de Performance (KPI) à Suivre

Pour évaluer l'efficacité de vos campagnes, il est crucial de suivre un ensemble d'indicateurs clés de performance (KPI). Voici les principaux :

- **Taux d'ouverture:** Pourcentage de destinataires ayant ouvert votre email.
- **Taux de clic:** Pourcentage de destinataires ayant cliqué sur un lien dans votre email.
- **Taux de conversion:** Pourcentage de destinataires ayant réalisé l'action souhaitée (achat, inscription, etc.).
- **Taux de désabonnement:** Pourcentage de destinataires ayant choisi de se désinscrire de votre liste.
- **Taux de rebond:** Pourcentage d'emails non livrés.

Les Outils d'Analyse

La plupart des outils d'emailing proposent des tableaux de bord détaillés pour suivre les performances de vos campagnes. Parmi les plus populaires, on retrouve :

- **Mailchimp:** Interface intuitive et fonctionnalités d'analyse complètes.
- **Sendinblue:** Suivi détaillé des campagnes et segmentation avancée.
- **HubSpot:** Intégration avec d'autres outils marketing pour une analyse globale.
- **ActiveCampaign:** Fonctionnalités d'automatisation et de personnalisation poussées.

Comment Analyser les Résultats ?

1. **Comparez les campagnes:** Mettez en parallèle les performances de différentes campagnes pour identifier les éléments qui fonctionnent le mieux.
2. **Segmentez vos données:** Analysez les résultats en fonction de différents critères (âge, sexe, comportement, etc.) pour affiner votre ciblage.
3. **Identifiez les tendances:** Suivez l'évolution de vos indicateurs dans le temps pour détecter les tendances et ajuster votre stratégie en conséquence.

4. **Testez et itérez:** Mettez en place des A/B tests pour comparer différentes versions de vos emails et optimiser vos résultats.

Les Questions à se Poser pour Améliorer vos Campagnes

- **Quels sont les sujets qui suscitent le plus d'intérêt ?**
- **Quels sont les jours et les heures d'envoi les plus efficaces ?**
- **Quels sont les formats d'email les plus performants ?**
- **Quels sont les segments de votre audience les plus réactifs ?**
- **Quels sont les liens les plus cliqués ?**

Les Bonnes Pratiques pour Optimiser vos Campagnes

- **Personnalisez vos emails:** Utilisez les données de vos contacts pour créer des messages plus pertinents.
- **Optimisez l'objet de votre email:** Il doit être accrocheur et inciter à l'ouverture.
- **Soignez la structure de votre email:** Utilisez un design clair et aéré, et mettez en avant les éléments importants.
- **Testez régulièrement:** N'hésitez pas à expérimenter différents formats, contenus et horaires d'envoi.
- **Nettoyez régulièrement votre liste de contacts:** Supprimez les adresses invalides et les contacts inactifs.

Le suivi et l'analyse des performances de vos campagnes d'emailing sont essentiels pour améliorer votre stratégie marketing. En comprenant comment vos destinataires interagissent avec vos emails, vous pouvez optimiser votre contenu, affiner votre ciblage et augmenter votre taux de conversion.

- Choisir les bons indicateurs à suivre.
- Interpréter les résultats de vos campagnes.
- Mettre en place des A/B tests.
- Optimiser votre stratégie d'emailing.

4 – 4 – 1 - Suivi et Analyse Détaillée des Performances de vos Campagnes

Le suivi et l'analyse en profondeur de vos campagnes d'emailing sont essentiels pour mesurer leur efficacité réelle et optimiser vos futures stratégies. En disposant de rapports détaillés, vous pouvez identifier les éléments qui fonctionnent le mieux, ceux qui nécessitent des améliorations et ainsi affiner votre ciblage pour obtenir de meilleurs résultats.

Les Éléments Clés d'un Rapport Détaillé

Un rapport détaillé d'une campagne d'emailing devrait idéalement inclure les informations suivantes :

- **Données de base:**
 - Nombre total d'emails envoyés
 - Nombre d'emails livrés
 - Taux de délivrabilité
 - Nombre d'emails ouverts

- Taux d'ouverture unique et cumulé
- Nombre de clics
- Taux de clics (CTR)
- Nombre de désabonnements
- Taux de désabonnement
- Nombre de rebonds (hard et soft)
- **Données liées au contenu:**
 - Liens les plus cliqués
 - Contenu le plus performant (images, vidéos, etc.)
 - Temps moyen passé à lire l'email
- **Données liées aux destinataires:**
 - Segmentation des destinataires (par âge, sexe, localisation, etc.)
 - Performances par segment
- **Données liées aux appareils:**
 - Taux d'ouverture et de clic par appareil (mobile, ordinateur, tablette)
- **Données liées à la conversion:**
 - Nombre de conversions (achats, inscriptions, etc.)
 - Taux de conversion
 - Valeur moyenne des commandes

Comment Utiliser ces Données ?

- **Identifier les forces et les faiblesses de vos campagnes:** En analysant les différents indicateurs, vous pouvez identifier les éléments qui fonctionnent bien et ceux qui doivent être améliorés.
- **Optimiser vos futures campagnes:** Les données vous permettent de personnaliser vos messages, d'affiner votre ciblage et d'améliorer la pertinence de votre contenu.
- **Mesurer le ROI de vos campagnes:** En calculant le retour sur investissement, vous pouvez évaluer l'efficacité globale de votre stratégie d'emailing.
- **Prendre des décisions éclairées:** Les données vous aident à prendre des décisions stratégiques pour améliorer vos résultats.

Les Outils pour Obtenir des Rapports Détaillés

La plupart des outils d'emailing proposent des fonctionnalités de reporting avancées. Parmi les plus populaires, on retrouve :

- **Mailchimp:** Interface intuitive et rapports personnalisables.
- **Sendinblue:** Suivi détaillé des campagnes et segmentation avancée.
- **HubSpot:** Intégration avec d'autres outils marketing pour une analyse globale.
- **ActiveCampaign:** Fonctionnalités d'automatisation et de personnalisation poussées.

Aller Plus Loin avec l'Analyse

Pour une analyse plus approfondie, vous pouvez :

- **Comparer les campagnes:** Mettez en parallèle les performances de différentes campagnes pour identifier les éléments qui fonctionnent le mieux.

- **Corréler les données avec d'autres sources:** Associez les données de vos campagnes d'emailing avec celles de votre CRM ou de votre site web pour obtenir une vision plus complète.
- **Utiliser des outils d'analyse de données:** Des outils comme Google Analytics peuvent vous aider à approfondir votre analyse.

Les rapports détaillés sont indispensables pour comprendre l'impact de vos campagnes d'emailing et optimiser votre stratégie. En analysant ces données, vous pouvez prendre des décisions éclairées pour améliorer votre taux d'ouverture, votre taux de clic et votre taux de conversion.

4 – 4 – 2 - Mettre en place des A/B tests pour optimiser vos campagnes d'emailing (A/B test →annexe 2)

Les A/B tests sont un outil indispensable pour améliorer continuellement vos campagnes d'emailing. Ils vous permettent de comparer deux versions d'un même email afin d'identifier celle qui obtient les meilleurs résultats.

Pourquoi réaliser des A/B tests ?

- **Optimiser les taux d'ouverture:** En testant différents objets, pré-entêtes ou expéditeurs.
- **Améliorer les taux de clic:** En comparant différents designs, call-to-action ou offres.
- **Augmenter les conversions:** En testant différentes pages de destination ou des offres promotionnelles.

Comment mettre en place un A/B test ?

1. **Définissez votre objectif:** Quel aspect de votre email souhaitez-vous améliorer ? (taux d'ouverture, taux de clic, taux de conversion)
2. **Choisissez une variable à tester:** Objet, contenu, bouton d'appel à l'action, etc.
3. **Créez deux versions de votre email:** Gardez tous les éléments identiques sauf la variable que vous souhaitez tester.
4. **Sélectionnez votre échantillon:** Divisez votre liste de contacts en deux groupes égaux pour envoyer chaque version à un groupe différent.
5. **Suivez les résultats:** Analysez les données pour déterminer quelle version a obtenu les meilleurs résultats.
6. **Itérez:** Mettez en place de nouveaux tests en vous basant sur les résultats précédents.

Quels éléments pouvez-vous tester ?

- **L'objet de l'email:** Longueur, formulation, création d'une sensation d'urgence.
- **Le contenu de l'email:** Structure, longueur, images, vidéos.
- **Le bouton d'appel à l'action:** Texte, couleur, taille, position.
- **L'expéditeur:** Nom, adresse email.
- **La page de destination:** Contenu, design, offre.

Conseils pour réussir vos A/B tests

- **Ne testez qu'une seule variable à la fois:** Cela vous permettra d'identifier plus facilement l'élément qui a eu le plus d'impact.

- **Utilisez un échantillon suffisamment important:** Pour obtenir des résultats significatifs.
- **Laissez suffisamment de temps:** Attendez que les deux versions aient été envoyées à un nombre suffisant de contacts avant d'analyser les résultats.
- **Automatisez vos tests:** La plupart des outils d'emailing proposent des fonctionnalités d'A/B testing automatisées.

Quels outils utiliser ?

La plupart des outils d'emailing proposent des fonctionnalités d'A/B testing :

- **Mailchimp:** Interface intuitive et fonctionnalités d'A/B testing complètes.
- **Sendinblue:** Suivi détaillé des campagnes et segmentation avancée pour des tests précis.
- **HubSpot:** Intégration avec d'autres outils marketing pour une analyse globale.
- **ActiveCampaign:** Fonctionnalités d'automatisation et de personnalisation poussées pour des tests personnalisés.

Les A/B tests sont un moyen efficace d'améliorer continuellement vos campagnes d'emailing. En testant différentes variables, vous pourrez identifier les éléments qui fonctionnent le mieux et ainsi augmenter votre taux de conversion et votre ROI.

4 – 5 - L'intégration avec d'autres outils

L'intégration d'un outil d'emailing avec d'autres logiciels que vous utilisez au quotidien est un facteur déterminant pour optimiser vos processus et améliorer votre productivité.

Pourquoi l'intégration est-elle importante ?

- **Gain de temps:** Évitez la double saisie de données et automatisez les tâches répétitives.
- **Cohérence des données:** Assurez-vous que toutes vos données sont synchronisées.
- **Vue d'ensemble:** Obtenez une vision globale de vos interactions avec vos clients.

Quels sont les outils à intégrer ?

- **CRM (Customer Relationship Management):** Synchronisez vos contacts, leurs informations et leurs historiques d'interactions pour personnaliser vos campagnes.
- **CMS (Content Management System):** Intégrez facilement le contenu de votre site web dans vos emails.
- **Plateformes e-commerce:** Synchronisez les données de vos clients et leurs commandes pour des campagnes ciblées.
- **Outils d'analyse web:** Suivez les performances de vos campagnes et mesurez leur impact sur votre site web.
- **Autres outils marketing:** Intégrez votre outil d'emailing à d'autres outils marketing comme des logiciels de marketing automation ou des outils de création de landing pages.

Quelles sont les fonctionnalités d'intégration à rechercher ?

- **Connecteurs pré-configurés:** Vérifiez si l'outil propose des connecteurs natifs pour les outils que vous utilisez.
- **API:** Une API vous permet de créer des intégrations personnalisées si nécessaire.

- **Webhooks:** Les webhooks permettent de déclencher des actions dans un outil lorsque un événement se produit dans un autre.
- **Synchronisation bidirectionnelle:** Les données doivent être synchronisées dans les deux sens pour une mise à jour en temps réel.

Les bénéfices de l'intégration

- **Personnalisation accrue:** En combinant les données de différents outils, vous pouvez personnaliser vos emails de manière plus fine.
- **Automatisation avancée:** Créez des workflows automatisés qui s'étendent au-delà de l'emailing.
- **Meilleure mesure des performances:** Suivez l'impact de vos campagnes sur l'ensemble de votre parcours client.

Exemples d'intégrations courantes

- **Synchronisation des contacts:** Les contacts ajoutés à votre CRM sont automatiquement ajoutés à votre liste d'emailing.
- **Création automatique de segments:** Les segments d'abonnés sont créés en fonction des données de votre CRM ou de votre plateforme e-commerce.
- **Suivi des clics vers votre site web:** Les clics sur les liens de vos emails sont suivis dans votre outil d'analyse web.
- **Déclenchement d'emails automatisés en fonction des actions de vos clients:** Par exemple, un email de bienvenue après l'inscription, un email de relance après l'abandon d'un panier.

L'intégration de votre outil d'emailing avec d'autres outils est essentielle pour optimiser vos campagnes et améliorer votre retour sur investissement. En choisissant un outil offrant des fonctionnalités d'intégration robustes, vous pourrez automatiser vos tâches, personnaliser vos messages et mesurer l'impact de vos actions de manière plus précise.

4 – 5 – 1 - Intégration de l'emailing avec un CRM

L'intégration de votre outil d'emailing avec votre CRM (Customer Relationship Management) est une étape cruciale pour optimiser vos campagnes marketing et renforcer votre relation client. En combinant les forces de ces deux outils, vous pouvez automatiser des tâches, personnaliser vos messages et obtenir une vue d'ensemble plus précise de l'efficacité de vos actions.

Pourquoi intégrer votre emailing avec votre CRM ?

- **Personnalisation accrue:** En synchronisant les données de votre CRM avec votre outil d'emailing, vous pouvez créer des messages hyper-personnalisés en fonction des interactions de vos contacts, de leur historique d'achat ou de leurs centres d'intérêt.
- **Automatisation des workflows:** Vous pouvez automatiser des séquences d'emails en fonction des actions de vos contacts (inscription à une newsletter, téléchargement d'un ebook, achat, etc.). Par exemple, un email de bienvenue peut être envoyé automatiquement après l'inscription, suivi d'une série de messages de nurturing.

- **Meilleure segmentation:** Le CRM vous permet de segmenter votre base de contacts en fonction de différents critères (démographiques, comportementaux, etc.). Vous pouvez ainsi envoyer des emails ciblés à chaque segment, augmentant ainsi le taux d'ouverture et de clic.
- **Suivi du parcours client:** L'intégration permet de suivre le parcours client de manière plus précise, depuis la première interaction jusqu'à la conversion. Vous pouvez ainsi identifier les points de friction et optimiser votre stratégie.
- **Amélioration du taux de conversion:** En offrant une expérience client plus personnalisée et pertinente, vous augmentez les chances de convertir vos prospects en clients.

Comment procéder à l'intégration ?

La plupart des outils d'emailing et des CRM proposent des intégrations natives ou via des API. Voici les principales étapes :

1. **Choisir les bons outils:** Assurez-vous que votre outil d'emailing et votre CRM sont compatibles et offrent les fonctionnalités dont vous avez besoin.
2. **Synchroniser les données:** Assurez-vous que les données de vos contacts (nom, prénom, email, etc.) sont synchronisées entre les deux outils.
3. **Configurer les workflows:** Définissez les automatisations que vous souhaitez mettre en place (emails de bienvenue, séquences de nurturing, etc.).
4. **Personnaliser vos emails:** Utilisez les champs dynamiques pour personnaliser vos emails en fonction des données de vos contacts.

Exemples d'utilisation

- **Envoi d'emails de bienvenue:** Un nouvel abonné reçoit automatiquement un email de bienvenue le remerciant pour son inscription et lui proposant du contenu personnalisé.
- **Séquences de nurturing:** Un prospect qui a téléchargé un ebook reçoit une série d'emails avec du contenu pertinent pour le convertir en client.
- **Emails de relance:** Un client qui a abandonné son panier reçoit un email de relance lui rappelant les produits qu'il a laissés dans son panier.
- **Programmes de fidélité:** Les clients fidèles reçoivent des offres personnalisées en fonction de leur historique d'achat.

Les bénéfices de l'intégration CRM - Emailing

En résumé, l'intégration de votre outil d'emailing avec votre CRM vous permet de :

- **Améliorer votre relation client** en offrant une expérience personnalisée et pertinente.
- **Augmenter votre taux de conversion** en envoyant les bons messages aux bonnes personnes au bon moment.
- **Optimiser vos campagnes marketing** en mesurant leur efficacité et en ajustant votre stratégie en conséquence.
- **Gagner du temps** en automatisant les tâches répétitives.

L'intégration CRM - Emailing est un investissement qui porte ses fruits à long terme. En offrant une expérience client plus personnalisée et en optimisant vos campagnes marketing, vous renforcez votre image de marque et fidélisez votre clientèle.

4 – 5 – 2 - Intégration de l'emailing avec un CMS

L'intégration de votre outil d'emailing avec votre système de gestion de contenu (CMS) offre de nombreuses possibilités pour améliorer vos campagnes marketing et offrir une expérience utilisateur plus personnalisée. En liant ces deux outils, vous pouvez automatiser des processus, personnaliser vos contenus et mesurer plus efficacement l'impact de vos actions.

Pourquoi intégrer votre emailing avec votre CMS ?

- **Personnalisation du contenu:** En synchronisant les données de votre CMS avec votre outil d'emailing, vous pouvez créer des emails dynamiques qui s'adaptent au contenu de votre site web. Par exemple, vous pouvez envoyer un email à un utilisateur qui a visité une page produit spécifique, en lui proposant des offres ou des contenus complémentaires liés à ce produit.
- **Automatisation des workflows:** Vous pouvez automatiser l'envoi d'emails en fonction de certaines actions réalisées sur votre site web (inscription à une newsletter, téléchargement d'un ebook, etc.).
- **Segmentation avancée:** En utilisant les données collectées par votre CMS, vous pouvez créer des segments d'utilisateurs plus précis et ainsi envoyer des emails plus ciblés.
- **Meilleure mesure des performances:** En liant les données de vos campagnes d'emailing avec les données de votre site web, vous pouvez mesurer plus précisément l'impact de vos emails sur les conversions et le trafic.

Comment procéder à l'intégration ?

L'intégration d'un CMS avec un outil d'emailing peut se faire de différentes manières :

- **API:** La plupart des CMS et des outils d'emailing proposent des API qui permettent de connecter les deux systèmes.
- **Connecteurs pré-configurés:** Certains outils proposent des connecteurs pré-configurés pour faciliter l'intégration.
- **Zapier ou IFTTT:** Ces outils permettent de créer des automatisations entre différentes applications sans compétences techniques particulières.

Exemples d'utilisation

- **Envoi d'emails de bienvenue:** Un utilisateur qui s'inscrit à votre newsletter reçoit automatiquement un email de bienvenue avec un lien vers une page de contenu personnalisée.
- **Emails de relance de panier abandonné:** Un utilisateur qui a ajouté des produits à son panier mais n'a pas finalisé son achat reçoit un email de relance avec un rappel des produits qu'il a sélectionnés.
- **Emails de confirmation de commande:** Un client qui a effectué un achat reçoit un email de confirmation avec le détail de sa commande et un lien vers son compte.
- **Emails de suivi après téléchargement:** Un utilisateur qui a téléchargé un ebook reçoit une série d'emails avec du contenu complémentaire.

Les bénéfices de l'intégration CMS - Emailing

- **Amélioration de l'expérience utilisateur:** En offrant un contenu personnalisé et pertinent, vous améliorez l'expérience utilisateur et renforcez votre relation avec vos clients.
- **Augmentation du taux de conversion:** En envoyant des emails ciblés, vous augmentez les chances de convertir vos prospects en clients.
- **Meilleure compréhension de votre audience:** En analysant les données collectées par votre CMS et votre outil d'emailing, vous pouvez mieux comprendre les besoins et les attentes de votre audience.

L'intégration de votre CMS avec votre outil d'emailing vous permet d'automatiser vos campagnes, de personnaliser vos contenus et d'améliorer l'efficacité de votre marketing digital. En offrant une expérience utilisateur plus personnalisée et en mesurant plus précisément l'impact de vos actions, vous renforcez votre relation avec vos clients et atteignez vos objectifs commerciaux.

Chapitre 5

Mettre en place une campagne

5 – 1 - La conception d'un email efficace :

les clés pour une communication réussie

La conception d'un email efficace est un art qui nécessite de prendre en compte plusieurs éléments pour maximiser l'engagement de vos destinataires. Voici quelques conseils clés pour créer des emails qui sortent du lot :

1. Objet percutant et personnalisé

- **Court et accrocheur:** L'objet doit être suffisamment court pour être lu en entier sur les petits écrans et suffisamment intrigant pour donner envie d'ouvrir l'email.
- **Personnalisé:** Utilisez le prénom du destinataire pour créer un sentiment de proximité.
- **Clair et précis:** L'objet doit clairement indiquer le contenu de l'email.

2. Visuel soigné et adapté

- **Responsive design:** Assurez-vous que votre email s'adapte à tous les types d'écrans (ordinateur, tablette, smartphone).
- **Images de qualité:** Choisissez des images de haute qualité qui illustrent votre message et attirent l'attention.
- **Couleurs harmonieuses:** Utilisez une palette de couleurs cohérente avec votre identité visuelle.

3. Contenu clair et concis

- **Structure simple:** Utilisez des paragraphes courts et des puces pour faciliter la lecture.
- **Message clair:** Faites passer un seul message principal par email.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez de votre destinataire (cliquer sur un lien, s'inscrire à une newsletter, etc.).

4. Personnalisation

- **Contenu dynamique:** Adaptez le contenu de votre email en fonction des données que vous avez sur vos destinataires (centres d'intérêt, historique d'achat, etc.).
- **Segmentation:** Segmentez votre liste de contacts pour envoyer des messages plus pertinents à chaque groupe.

5. Optimisation pour les mobiles

- **Taille des images:** Optimisez la taille des images pour un chargement rapide sur les appareils mobiles.
- **Police de caractère:** Choisissez une police de caractère lisible sur tous les écrans.

- **Boutons clairs:** Assurez-vous que les boutons d'appel à l'action sont suffisamment grands pour être facilement cliqués sur un écran tactile.

6. Test A/B

- **Expérimentez:** Testez différentes versions de vos emails pour identifier ce qui fonctionne le mieux.
- **Analysez les résultats:** Comparez les performances de chaque version pour affiner votre stratégie.

Exemples d'outils pour créer des emails efficaces

- **Mailchimp:** Une plateforme complète offrant de nombreuses fonctionnalités de personnalisation et d'automatisation.
- **Sendinblue:** Une solution tout-en-un pour l'emailing, le marketing automation et le SMS marketing.
- **HubSpot:** Une plateforme de marketing inbound qui intègre de nombreuses fonctionnalités d'emailing.

Un email efficace est un email qui est lu, compris et qui incite à l'action. En suivant ces conseils, vous pourrez créer des campagnes d'emailing performantes et renforcer votre relation avec vos clients.

5 – 1 - 1 - La conception d'un objet d'email efficace

L'objet d'un email est bien plus qu'une simple ligne de texte. C'est la première impression que vous donnez à votre destinataire et elle détermine en grande partie si votre email sera ouvert ou non. Pour maximiser vos chances d'être lu, il est essentiel de soigner la rédaction de votre objet.

Les clés d'un objet d'email efficace :

- **Concis et percutant:** L'objet doit être court (idéalement entre 50 et 70 caractères) et aller droit au but.
- **Personnalisé:** Utilisez le prénom du destinataire pour créer un lien plus personnel.
- **Intrigant:** Éveillez la curiosité de votre lecteur en posant une question, en créant un sentiment d'urgence ou en promettant un bénéfice concret.
- **Clair et précis:** L'objet doit refléter fidèlement le contenu de votre email.
- **Unique:** Évitez les objets génériques ou trop similaires à ceux que vos destinataires reçoivent habituellement.

Quelques exemples d'objets efficaces :

- **Créant un sentiment d'urgence:** "Dernières heures pour profiter de -50% sur tous nos produits !"
- **Posant une question:** "Vous voulez gagner du temps ? Découvrez notre nouvelle fonctionnalité !"
- **Promettant un bénéfice:** "Recevez votre cadeau d'anniversaire dès aujourd'hui !"
- **Personnalisé:** "Bonjour [Prénom], nous avons une offre spéciale juste pour vous !"

Les erreurs à éviter :

- **Les objets trop longs:** Les objets trop longs sont souvent tronqués dans les boîtes de réception.
- **Les objets trop vagues:** Un objet trop vague ne donnera pas envie à votre destinataire d'ouvrir votre email.
- **Les objets en majuscules:** Les objets entièrement en majuscules sont souvent considérés comme du spam.
- **Les objets trompeurs:** Évitez de créer de faux espoirs ou de tromper votre destinataire.

Des outils pour vous aider :

- **Les prévisualisations:** Utilisez les outils de prévisualisation de votre logiciel d'emailing pour voir comment votre objet s'affichera dans différentes boîtes de réception.
- **Les tests A/B:** Testez différents objets pour déterminer lequel est le plus performant.
- **Les analyses:** Suivez les taux d'ouverture de vos emails pour mesurer l'efficacité de vos objets.

un objet d'email efficace est un investissement qui en vaut la peine. En prenant le temps de le soigner, vous augmentez considérablement vos chances d'être lu et d'atteindre vos objectifs marketing.

5 – 1 – 2 - La conception d'un email efficace : objet et pré-entête, un duo gagnant

Nous avons déjà abordé l'importance de l'objet d'un email. Mais saviez-vous qu'il existe un autre élément tout aussi crucial pour accrocher vos destinataires : le **pré-entête** ?

Le pré-entête : une extension de votre objet

Le pré-entête, c'est ce petit texte qui apparaît juste en dessous de l'objet dans la boîte de réception et qui donne un avant-goût du contenu de votre email. Il complète l'objet et vous permet de fournir des informations supplémentaires pour inciter vos destinataires à ouvrir votre message.

Pourquoi le pré-entête est-il important ?

- **Complète l'objet:** Il permet d'ajouter du contexte et de préciser le contenu de votre email.
- **Augmente le taux d'ouverture:** Un pré-entête bien conçu peut inciter les destinataires à cliquer sur votre email.
- **Améliore l'expérience utilisateur:** Il permet à vos destinataires de savoir rapidement si votre email est pertinent pour eux.

Comment rédiger un pré-entête efficace ?

- **Soyez concis:** Comme pour l'objet, le pré-entête doit être court et percutant.
- **Complétez l'objet:** Utilisez le pré-entête pour développer l'idée présentée dans l'objet.
- **Soyez clair et précis:** Indiquez clairement le bénéfice que votre destinataire retirera en ouvrant votre email.
- **Utilisez des mots-clés:** Intégrez des mots-clés pertinents pour améliorer le référencement de votre email.

Exemple :

- **Objet:** Offre spéciale limitée !
- **Pré-entête:** Profitez de -30% sur toute notre collection été.

L'objet et le pré-entête : un duo gagnant

En combinant un objet percutant et un pré-entête clair et précis, vous maximiserez vos chances d'être lu. Voici quelques exemples de combinaisons efficaces :

- **Objet:** Nouveau produit disponible !
- **Pré-entête:** Découvrez notre dernière innovation et bénéficiez d'une remise exclusive.
- **Objet:** Vous avez gagné !
- **Pré-entête:** Félicitations, votre bon d'achat de 20€ vous attend.

l'objet et le pré-entête sont les deux premiers éléments que vos destinataires voient. En les soignant, vous augmentez considérablement vos chances d'être ouvert et de susciter l'intérêt de vos lecteurs.

5 – 1 – 3 - La conception d'un email efficace : le corps du message

Après avoir attiré l'attention avec un objet et un pré-entête percutants, c'est au tour du corps de votre email de convaincre et de convertir. Le corps du message est l'élément central de votre communication, celui qui va transmettre votre message et inciter votre destinataire à agir.

Les clés pour un corps de message efficace :

- **Structure claire et aérée:**
 - **Introduction accrocheuse:** Reprenez l'idée de votre objet et de votre pré-entête pour créer une transition fluide.
 - **Corps du texte concis et structuré:** Utilisez des paragraphes courts, des listes à puces ou des numéros pour faciliter la lecture.
 - **Appel à l'action clair et visible:** Indiquez précisément ce que vous attendez de votre destinataire (cliquer sur un bouton, remplir un formulaire, etc.).
- **Personnalisation:**
 - **Utilisez le prénom du destinataire:** Cela crée un sentiment de proximité et rend votre message plus personnel.
 - **Adaptez le contenu à votre audience:** Segmentez votre liste de contacts pour envoyer des messages plus pertinents.
- **Visuels attrayants:**
 - **Images de qualité:** Choisissez des images qui illustrent votre message et qui sont adaptées à votre audience.
 - **Infographies:** Les infographies permettent de présenter des informations complexes de manière simple et visuelle.
- **Optimisation pour les mobiles:**
 - **Responsive design:** Assurez-vous que votre email s'adapte à tous les types d'écrans.
 - **Taille des images:** Optimisez la taille des images pour un chargement rapide.

- **Ton adapté:**
 - **Soignez votre ton:** Il doit être en accord avec votre image de marque et adapté à votre audience.
 - **Utilisez un langage simple et clair:** Évitez le jargon et les phrases trop longues.

Exemples de corps de message efficaces :

- **Promotion d'un produit:**

Découvrez notre nouveau produit [nom du produit] ! Idéal pour [bénéfice pour le client], il est disponible dès maintenant avec [offre spéciale].

- **Invitation à un événement:**

Nous vous invitons à notre prochain webinar sur [sujet]. Inscrivez-vous dès maintenant pour bénéficier de notre offre exclusive.

- **Newsletter:**

Bonjour [Prénom], Retrouvez dans ce numéro :

- Notre sélection de produits du mois
- Les dernières tendances
- Un témoignage client

- **Relance de panier abandonné:**

Vous avez oublié quelque chose ? Retrouvez votre panier et finalisez votre commande. Profitez de [offre spéciale] pour toute commande passée aujourd'hui.

Les erreurs à éviter :

- **Les murs de texte:** Les longs paragraphes sont difficiles à lire et découragent les lecteurs.
- **Les fautes d'orthographe et de grammaire:** Elles nuisent à votre crédibilité.
- **Les appels à l'action trop nombreux:** Un seul appel à l'action par email est généralement suffisant.
- **Les designs trop chargés:** Un design simple et épuré est plus efficace.

le corps de votre email est l'occasion de convaincre votre destinataire et de l'inciter à passer à l'action. En suivant ces conseils, vous créez des emails efficaces qui vous permettront d'atteindre vos objectifs.

5 – 1 – 4 - La conception d'un email efficace : l'appel à l'action, le point d'orgue de votre communication

L'appel à l'action (CTA) est l'élément clé qui pousse votre destinataire à passer à l'acte après avoir lu votre email. C'est le lien qui relie votre message à votre objectif final, que ce soit une vente, un abonnement à une newsletter, un téléchargement ou toute autre action souhaitée.

Les clés d'un appel à l'action efficace :

- **Clair et concis:** Utilisez des verbes d'action forts et directs (acheter, s'inscrire, découvrir, etc.).
- **Pertinent:** L'appel à l'action doit être en lien direct avec le contenu de votre email.
- **Visible:** Mettez en valeur votre appel à l'action grâce à une couleur contrastante, une taille de police plus importante ou un encadré.
- **Unique:** Évitez d'avoir plusieurs appels à l'action dans un même email, sauf si vous avez une raison très précise.
- **Urgence:** Créez un sentiment d'urgence en utilisant des expressions comme "offre limitée", "disponible pour une durée limitée", etc.

Les différents types d'appels à l'action :

- **Bouton:** C'est la forme la plus courante et la plus efficace d'appel à l'action. Choisissez une couleur qui contraste avec le reste de votre email et un texte clair et concis.
- **Lien textuel:** Un lien textuel peut être tout aussi efficace qu'un bouton, surtout si vous souhaitez créer un design plus épuré.
- **Image:** Une image peut être utilisée pour attirer l'attention sur votre appel à l'action, mais assurez-vous qu'elle soit claire et facile à comprendre.

Exemples d'appels à l'action :

- **Vente:** "Achetez maintenant et bénéficiez de -20%"
- **Inscription à une newsletter:** "Inscrivez-vous gratuitement"
- **Téléchargement d'un ebook:** "Téléchargez votre ebook gratuit"
- **Demande de démonstration:** "Demandez une démo personnalisée"

Où placer votre appel à l'action ?

- **En haut de l'email:** Si vous souhaitez que votre destinataire agisse rapidement.
- **À la fin de l'email:** Si vous souhaitez résumer votre message et inciter à l'action.
- **Plusieurs fois dans l'email:** Si votre email est long, vous pouvez répéter votre appel à l'action à différents endroits.

Les erreurs à éviter :

- **Un appel à l'action trop vague:** "En savoir plus" est un appel à l'action trop générique.
- **Un appel à l'action trop petit ou difficile à voir:** Votre appel à l'action doit être suffisamment visible pour être remarqué.
- **Trop d'appels à l'action:** Un seul appel à l'action par email est généralement suffisant.

L'appel à l'action est le point d'orgue de votre email. En le soignant, vous augmentez considérablement vos chances de convertir vos destinataires en clients ou en abonnés.

5 – 1 – 5 - Les stratégies pour augmenter votre taux de clic (CTR)

Le taux de clic (CTR) est un indicateur clé de performance (KPI) qui mesure l'efficacité de vos campagnes d'emailing. Il représente le pourcentage de destinataires qui ont cliqué sur un

lien présent dans votre email. Pour augmenter votre CTR, il est essentiel de mettre en place des stratégies efficaces.

1. Objet percutant et pré-entête accrocheur

- **Soyez clair et concis:** L'objet doit susciter la curiosité tout en étant clair sur le contenu de l'email.
- **Personnalisez:** Utilisez le prénom du destinataire pour créer un lien plus personnel.
- **Créez un sentiment d'urgence:** Utilisez des mots comme "urgent", "exclusif" ou "limité dans le temps".
- **Posez une question:** Cela incite le destinataire à ouvrir l'email pour trouver la réponse.

2. Contenu pertinent et bien structuré

- **Segmentez votre liste:** Envoyez des emails personnalisés en fonction des intérêts et du comportement de vos abonnés.
- **Utilisez un langage clair et simple:** Évitez le jargon et les phrases trop longues.
- **Structurez votre email:** Utilisez des titres, des sous-titres et des listes à puces pour faciliter la lecture.
- **Incluez des visuels attrayants:** Les images et les infographies peuvent rendre votre email plus engageant.

3. Appels à l'action (CTA) irrésistibles

- **Soyez clair et direct:** Utilisez des verbes d'action forts ("Achetez maintenant", "Inscrivez-vous gratuitement").
- **Créez un sentiment d'urgence:** Utilisez des expressions comme "offre limitée", "disponible pour une durée limitée".
- **Utilisez des couleurs contrastantes:** Le bouton CTA doit se démarquer du reste de l'email.
- **Placez le CTA stratégiquement:** En haut de l'email ou à la fin, en fonction de votre objectif.

4. Optimisation pour les mobiles

- **Responsive design:** Assurez-vous que votre email s'adapte à tous les types d'écrans.
- **Taille des images:** Optimisez la taille des images pour un chargement rapide.
- **Longueur des lignes:** Évitez les lignes de texte trop longues qui sont difficiles à lire sur un petit écran.

5. Tests A/B

- **Testez différentes versions de vos emails:** Variez les objets, les CTA, les images, etc.
- **Analysez les résultats:** Identifiez les éléments qui fonctionnent le mieux et optimisez vos campagnes en conséquence.

6. Timing parfait

- **Envoyez vos emails aux moments opportuns:** Tenez compte du fuseau horaire de vos abonnés et de leur comportement d'ouverture.
- **Évitez d'envoyer trop d'emails:** Un envoi trop fréquent peut irriter vos abonnés.

7. Personnalisation avancée

- **Utilisez des données comportementales:** Basez vos emails sur les actions passées de vos abonnés (achats, clics, etc.).
- **Dynamisez votre contenu:** Adaptez le contenu de vos emails en fonction des préférences de chacun.

8. Suivi et analyse

- **Utilisez des outils d'analyse:** Suivez les taux d'ouverture, de clics, les taux de désabonnement et d'autres indicateurs clés.
- **Analysez les données:** Identifiez les tendances et les opportunités d'amélioration.

Augmenter votre taux de clic nécessite une approche globale qui combine une bonne connaissance de votre audience, une conception soignée de vos emails et une optimisation continue de vos campagnes.

5 – 1 – 6 - Créer des scénarios de relance automatisés

Les scénarios de relance automatisés sont des séquences d'emails envoyés automatiquement à vos prospects ou clients, dans le but de les inciter à passer à l'action (achat, inscription à un événement, etc.). Ils permettent de personnaliser l'expérience client, d'améliorer le taux de conversion et de renforcer la relation avec vos abonnés.

Pourquoi mettre en place des scénarios de relance automatisés ?

- **Personnalisation:** Chaque email est adapté au parcours client et aux actions réalisées.
- **Automatisation:** Gain de temps et d'efficacité, car les envois sont programmés.
- **Amélioration du taux de conversion:** Relances ciblées pour relancer l'intérêt des prospects.
- **Renforcement de la relation client:** Communication régulière et personnalisée.

Les différents types de scénarios de relance

1. **Relance après abandon de panier:**
 - **Objectif:** Inciter le client à finaliser son achat.
 - **Contenu:** Rappel du contenu du panier, offre promotionnelle, garantie de satisfaction.
2. **Relance après téléchargement d'un contenu:**
 - **Objectif:** Qualifier le lead et le faire avancer dans le funnel de vente.
 - **Contenu:** Propositions de contenus complémentaires, invitation à un webinar, prise de rendez-vous.
3. **Relance après inscription à une newsletter:**
 - **Objectif:** Accroître l'engagement et la fidélisation.
 - **Contenu:** Bienvenue, présentation de l'entreprise, offres exclusives, sondages.

4. **Relance après participation à un événement:**
 - **Objectif:** Transformer les participants en clients.
 - **Contenu:** Remerciements, rappel des points clés, proposition de ressources complémentaires, offre spéciale.
5. **Relance après un achat:**
 - **Objectif:** Fidéliser le client et favoriser le cross-selling/upselling.
 - **Contenu:** Demande d'avis, offres complémentaires, programme de fidélité.

Les clés d'un scénario de relance efficace

- **Segmentation:** Divisez votre base de contacts en segments pertinents pour personnaliser vos messages.
- **Personnalisation:** Utilisez les données de vos contacts pour créer des emails sur-mesure.
- **Timing:** Définissez des délais d'envoi adaptés à chaque étape du parcours client.
- **Contenu pertinent:** Proposez des contenus de qualité qui répondent aux besoins de vos destinataires.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez du destinataire.
- **Suivi des performances:** Analysez les résultats de vos campagnes pour optimiser votre stratégie.

Outils pour mettre en place vos scénarios de relance

- **Logiciels d'emailing:** Mailchimp, HubSpot, Sendinblue, etc.
- **CRM:** Pour gérer votre base de contacts et leur parcours client.
- **Plateformes de marketing automation:** Pardot, Marketo, etc.

Exemple de scénario de relance après abandon de panier

- **Email 1 (2 heures après l'abandon):** "Vous avez oublié quelque chose ? Découvrez à nouveau les articles de votre panier et finalisez votre commande."
- **Email 2 (24 heures après l'abandon):** "Profitez de -10% sur votre prochaine commande en utilisant le code promo ABANDON10."
- **Email 3 (48 heures après l'abandon):** "Notre équipe est à votre disposition pour répondre à vos questions. N'hésitez pas à nous contacter."

, les scénarios de relance automatisés sont un outil indispensable pour améliorer votre taux de conversion et renforcer la relation avec vos clients. En personnalisant vos messages et en les adaptant au parcours client, vous augmenterez significativement votre efficacité.

5 – 1 - 7 - Scénarios pour améliorer la notoriété

1. Scénarios de bienvenue et de remerciement

- **Bienvenue à bord:** Envoyez un email de bienvenue chaleureux à vos nouveaux abonnés, en leur présentant votre entreprise et en les remerciant pour leur intérêt.
- **Merci pour votre participation:** Après un webinar, un téléchargement ou un autre engagement, remerciez vos contacts et proposez-leur du contenu complémentaire.

2. Scénarios éducatifs

- **Série d'emails pédagogiques:** Envoyez une série d'emails pour éduquer vos prospects sur les enjeux de leur secteur et les solutions que vous proposez.
- **Cas d'études:** Partagez des cas d'études de clients satisfaits pour démontrer l'efficacité de vos produits ou services.

3. Scénarios d'événements

- **Invitations à des événements:** Informez vos contacts des prochains événements auxquels vous participez (webinaires, salons, conférences) et invitez-les à s'inscrire.
- **Suivis post-événement:** Envoyez un email de remerciement après un événement, en proposant du contenu complémentaire ou en organisant un sondage pour recueillir leurs retours.

4. Scénarios de contenu

- **Partage de contenus exclusifs:** Proposez à vos contacts l'accès à des contenus exclusifs (whitepapers, études de marché, infographies) en échange de leur inscription.
- **Newsletter thématique:** Envoyez une newsletter régulière avec des articles de blog, des actualités du secteur et des conseils utiles.

5. Scénarios de fidélisation

- **Anniversaire de l'abonnement:** Félicitez vos abonnés pour leur anniversaire d'abonnement et proposez-leur une offre spéciale.
- **Sondages de satisfaction:** Demandez régulièrement l'avis de vos contacts pour améliorer vos produits et services.

Exemple concret : Scénario éducatif pour une entreprise proposant des solutions de cybersécurité

- **Email 1 :** "Les 5 menaces les plus courantes pour les entreprises en 2023"
- **Email 2 :** "Comment protéger vos données sensibles grâce à notre solution de chiffrement"
- **Email 3 :** "Témoignage client : comment [Nom de l'entreprise] a réduit ses risques de cyberattaques de 50% "

Conseils supplémentaires

- **Personnalisation:** Utilisez les champs dynamiques pour personnaliser vos emails (prénom, nom de l'entreprise, etc.).
- **Segmentation:** Divisez votre base de données en segments pour envoyer des messages plus ciblés.
- **A/B testing:** Testez différentes versions de vos emails pour identifier ce qui fonctionne le mieux.
- **Suivi des performances:** Analysez les taux d'ouverture, de clic et de conversion pour affiner votre stratégie.

La personnalisation est la clé pour créer des campagnes d'emailing efficaces. En proposant du contenu pertinent et en créant une relation de confiance avec vos prospects, vous améliorerez votre notoriété et augmenterez vos chances de conver?

5 – 1 – 8 - Construire un email de vente efficace : les clés de la réussite

Un email de vente bien conçu peut transformer un simple prospect en client. Voici quelques astuces pour vous aider à rédiger des emails percutants :

1. Objet accrocheur et personnalisé

- **Soyez clair et concis:** Évitez les spams et les phrases trop longues.
- **Créez de la curiosité:** Posez une question, proposez une solution à un problème.
- **Personnalisez:** Utilisez le prénom du destinataire pour un effet plus direct.

Exemples:

- "[Prénom], avez-vous pensé à [solution] pour [problème] ?"
- "Découvrez comment [avantage] peut transformer votre [domaine] !"

2. Introduction personnalisée et percutante

- **Rappelez le contexte:** Mentionnez un événement récent (salons, webinars), un contenu qu'il a téléchargé ou une conversation précédente.
- **Montrez que vous le connaissez:** Démontrer que vous avez pris le temps de vous intéresser à lui et à ses besoins.

3. Corps du message : valeur ajoutée et bénéfiques

- **Mettez en avant les bénéfiques:** Expliquez clairement comment votre produit ou service va résoudre un problème ou améliorer la vie du destinataire.
- **Utilisez un langage simple et direct:** Évitez le jargon technique et les phrases trop longues.
- **Soignez la structure:** Utilisez des puces ou des numéros pour faciliter la lecture.
- **Intégrez des preuves sociales:** Témoignages clients, études de cas, statistiques.

4. Appel à l'action clair et convaincant

- **Soyez précis:** Indiquez clairement ce que vous attendez du destinataire (cliquer sur un bouton, appeler, répondre à un formulaire).
- **Créez un sentiment d'urgence:** Utilisez des phrases comme "Offre limitée", "Disponible pour une durée limitée".
- **Facilitez l'action:** Rendez le processus de conversion le plus simple possible.

5. Visuel attrayant

- **Choisissez une image de qualité:** Elle doit être en accord avec le message et attirer l'œil.
- **Utilisez un bouton d'appel à l'action (CTA) bien visible:** Le CTA doit être clair et incitatif.

6. P.S. pour renforcer votre message

- **Utilisez le P.S. pour ajouter une information importante ou un dernier argument.**

Exemple d'email de vente efficace:

Objet: Vous cherchez à [résoudre un problème] ? Nous avons la solution !

Bonjour [Prénom],

J'espère que ce message vous trouve bien.

Je me souviens que lors de notre échange à [événement], vous m'aviez parlé de votre besoin de [besoin].

Chez [Votre entreprise], nous avons développé une solution sur-mesure pour répondre à ce type de problématique. Grâce à [fonctionnalité], vous pourrez [bénéficier].

[Insérer une image percutante]

Prêt à en savoir plus ? Je vous invite à [appel à l'action : cliquer sur un lien, demander une démo, etc.]

P.S. Pour une durée limitée, bénéficiez de [offre spéciale].

Conseils supplémentaires:

- **Personnalisez au maximum:** Utilisez des champs dynamiques pour inclure des informations spécifiques à chaque destinataire.
- **Testez différents éléments:** Objet, contenu, visuel, CTA, pour optimiser vos résultats.
- **Suivez les statistiques:** Analysez les taux d'ouverture, de clic, de conversion pour améliorer vos prochaines campagnes.
- **Utilisez un outil d'emailing professionnel:** Pour gérer vos campagnes, segmenter votre liste et automatiser vos envois.

Un email de vente efficace doit être personnalisé, pertinent et incitatif. En suivant ces conseils, vous augmenterez vos chances de convertir vos prospects en clients.

5 – 2 - La segmentation de votre liste de contacts

La segmentation de votre liste de contacts est une pratique incontournable pour maximiser l'efficacité de vos campagnes d'emailing. En divisant votre audience en groupes plus petits et plus ciblés, vous pouvez personnaliser vos messages et améliorer considérablement vos résultats.

Pourquoi segmenter votre liste ?

- **Personnalisation:** En adressant des messages spécifiques aux intérêts de chaque segment, vous renforcez le sentiment de valeur et de pertinence chez vos abonnés.
- **Taux d'engagement plus élevés:** Des messages plus pertinents entraînent généralement des taux d'ouverture et de clics plus élevés.
- **Meilleur taux de conversion:** En proposant des offres ciblées, vous augmentez les chances de conversion (achats, inscriptions, etc.).

- **Amélioration de la délivrabilité:** En évitant d'envoyer des emails non pertinents, vous réduisez le risque d'être marqué comme spam.
- **Meilleure compréhension de votre audience:** La segmentation vous permet d'analyser plus finement les comportements et les préférences de vos clients.

Les différentes méthodes de segmentation

Vous pouvez segmenter votre liste en fonction de nombreux critères :

Critères démographiques:

- Âge
- Sexe
- Lieu géographique
- Niveau de revenu
- Profession

Critères comportementaux:

- Historique d'achat
- Interactions avec vos emails (ouvertures, clics)
- Visites sur votre site web
- Téléchargements
- Participation à des événements

Critères liés à votre produit ou service:

- Produits achetés
- Intérêts manifestés
- Niveau d'engagement

Critères liés à votre relation avec le client:

- Date d'inscription
- Fréquence d'achat
- Valeur client

Comment mettre en place une segmentation efficace ?

1. **Définissez vos objectifs:** Quels sont les résultats que vous souhaitez atteindre avec vos campagnes d'emailing ?
2. **Collectez des données:** Utilisez des formulaires d'inscription, des cookies et des outils d'analyse pour recueillir des informations sur vos contacts.
3. **Créez des segments pertinents:** Divisez votre liste en groupes homogènes en fonction des critères choisis.
4. **Personnalisez vos messages:** Adaptez le contenu, le ton et les offres à chaque segment.
5. **Testez et analysez:** Comparez les résultats de vos différentes campagnes pour affiner votre stratégie de segmentation.

Outils pour vous aider à segmenter

La plupart des outils d'email marketing proposent des fonctionnalités de segmentation avancées :

- **Mailchimp:** Offre une interface intuitive pour créer des segments personnalisés.
- **Sendinblue:** Permet de segmenter en fonction de critères démographiques, comportementaux et de créer des automatisations.
- **HubSpot:** Intègre des outils de segmentation puissants pour créer des segments dynamiques.
- **ActiveCampaign:** Propose une segmentation avancée avec des fonctionnalités de scoring et d'automatisation.

Exemples de scénarios de segmentation

- **E-commerce:**
 - Clients ayant acheté un produit spécifique
 - Clients inactifs depuis plusieurs mois
 - Clients ayant ajouté un produit à leur panier sans l'acheter
- **B2B:**
 - Entreprises de taille moyenne dans le secteur de la santé
 - Décideurs ayant téléchargé un ebook sur un sujet spécifique
 - Prospects ayant participé à un webinar

la segmentation de votre liste de contacts est un investissement qui rapporte. En personnalisant vos messages, vous augmentez votre taux d'engagement, votre taux de conversion et renforcez votre relation avec vos clients.

5 – 3 - L'optimisation de la délivrabilité

La délivrabilité désigne la capacité de vos emails à atteindre la boîte de réception de vos destinataires plutôt que leurs dossiers de spam. C'est un élément clé du succès de vos campagnes d'email marketing.

Pourquoi l'optimisation de la délivrabilité est-elle importante ?

- **Meilleur retour sur investissement:** Plus vos emails arrivent dans les boîtes de réception, plus vous aurez de chances d'obtenir des résultats (clics, conversions).
- **Meilleure réputation:** Une bonne délivrabilité renforce votre réputation d'expéditeur fiable.
- **Meilleure relation client:** Des emails qui arrivent à destination permettent de maintenir une relation plus solide avec vos clients.

Les facteurs clés pour améliorer la délivrabilité

1. Qualité de votre liste de contacts:

- **Double opt-in:** Assurez-vous que vos contacts se sont inscrits volontairement.
- **Nettoyage régulier:** Supprimez les adresses invalides, les rebonds durs et les désinscriptions.
- **Segmentation:** Envoyez des emails ciblés pour réduire les taux de désabonnement.

2. Contenu de vos emails:

- **Évitez les mots-clés liés au spam:** "Gratuit", "Gagnez", "Cliquez ici" peuvent déclencher les filtres anti-spam.
- **Personnalisez vos emails:** Utilisez le prénom du destinataire et des contenus pertinents.
- **Incluez un lien de désabonnement clair:** Facilitez la désinscription pour éviter les plaintes.

3. Configuration technique:

- **Authentification:** Implémentez SPF, DKIM et DMARC pour prouver l'authenticité de vos emails.
- **Adresse IP dédiée:** Si possible, utilisez une adresse IP dédiée pour améliorer votre réputation.
- **Hébergeur fiable:** Choisissez un hébergeur spécialisé dans l'email marketing.

4. Engagement de vos destinataires:

- **Taux d'ouverture:** Envoyez des emails pertinents pour encourager l'ouverture.
- **Taux de clic:** Proposez des contenus intéressants et des appels à l'action clairs.
- **Taux de désabonnement:** Surveillez ce taux et analysez les raisons des désinscriptions.

5. Réputation de votre expéditeur:

- **Évitez les listes noires:** Surveillez régulièrement votre réputation sur des outils comme Barracuda Central.
- **Répondez rapidement aux plaintes:** Traitez les problèmes de manière proactive.

Les bonnes pratiques pour une délivrabilité optimale

- **Testez vos campagnes:** Envoyez d'abord vos emails à un petit groupe de testeurs pour identifier les éventuels problèmes.
- **Analysez vos résultats:** Utilisez les rapports de votre outil d'emailing pour suivre les performances de vos campagnes.
- **Respectez les lois anti-spam:** Conformez-vous aux réglementations en vigueur, comme le RGPD en Europe.
- **Mettez à jour régulièrement votre liste de contacts:** Supprimez les adresses inactives et mettez à jour les informations.

L'optimisation de la délivrabilité est un processus continu qui nécessite une attention constante. En mettant en œuvre ces bonnes pratiques, vous augmenterez considérablement vos chances de voir vos emails arriver dans la boîte de réception de vos destinataires et d'obtenir de meilleurs résultats.

5 – 4 - Le respect de la réglementation en matière d'emailing un impératif pour vos campagnes

Le respect de la réglementation en matière d'emailing est non seulement une obligation légale, mais aussi un gage de confiance de la part de vos destinataires. En France, la loi pour

la confiance dans l'économie numérique (LCEN) et le Règlement général sur la protection des données (RGPD) encadrent étroitement les pratiques d'email marketing.

Les principaux points à respecter

- **Consentement explicite:** Vous devez obtenir un consentement libre, spécifique, éclairé et univoque de chaque destinataire avant de lui envoyer des emails marketing. Ce consentement doit être facile à retirer.
- **Informations claires et transparentes:** Dans vos emails, vous devez indiquer clairement qui vous êtes, comment se désinscrire et les finalités de vos envois.
- **Données personnelles:** Vous devez traiter les données personnelles de vos abonnés de manière sécurisée et conformément au RGPD. Cela implique notamment de les informer de leurs droits et de mettre en place des mesures de sécurité adéquates.
- **Contenu autorisé:** Les contenus de vos emails ne doivent pas être trompeurs, mensongers ou de nature à porter atteinte à la vie privée ou à la réputation d'autrui.
- **Horaires d'envoi:** Il est recommandé d'éviter d'envoyer des emails en dehors des heures ouvrables pour ne pas importuner vos destinataires.

Les conséquences d'un non-respect

Le non-respect de la réglementation en matière d' emailing peut entraîner de lourdes sanctions, tant administratives que pénales :

- **Amendes:** Les sanctions financières peuvent être très élevées, notamment en cas de violation du RGPD.
- **Blocage de vos envois:** Votre fournisseur d'accès internet ou votre solution d' emailing peut bloquer vos envois si vous êtes signalé comme spammeur.
- **Atteinte à votre réputation:** Une mauvaise réputation peut nuire à votre image de marque et à vos relations avec vos clients.

Les meilleures pratiques pour respecter la réglementation

- **Double opt-in:** Demandez à vos prospects de confirmer leur inscription par un clic sur un lien.
- **Formulaires d'inscription clairs:** Expliquez clairement à quoi sert la collecte des données et comment elles seront utilisées.
- **Gestion des désinscriptions:** Mettez en place un système simple et rapide pour que les abonnés puissent se désinscrire à tout moment.
- **Politique de confidentialité:** Publiez une politique de confidentialité claire et accessible sur votre site web.
- **Suivi régulier:** Surveillez régulièrement vos statistiques d' emailing pour détecter d'éventuels problèmes.
- **Formation de vos équipes:** Assurez-vous que vos équipes connaissent les règles en vigueur et les appliquent au quotidien.

Les outils pour vous aider

De nombreux outils d'email marketing proposent des fonctionnalités pour vous aider à respecter la réglementation :

- **Gestion des consentements:** Stockage sécurisé des consentements, possibilité de télécharger des listes de contacts avec preuves de consentement.
- **Formulaires d'inscription personnalisés:** Création de formulaires conformes aux exigences légales.
- **Politiques de confidentialité pré-remplies:** Modèles de politiques de confidentialité personnalisables.
- **Rapports détaillés:** Suivi des taux de désabonnement, des plaintes et des clics.

Le respect de la réglementation en matière d'emailing est indispensable pour mener des campagnes efficaces et durables. En mettant en place les bonnes pratiques et en utilisant les outils adaptés, vous pouvez vous assurer de respecter la loi et de préserver la confiance de vos abonnés.

Pour aller plus loin, n'hésitez pas à consulter les ressources suivantes:

- **CNIL:** Commission nationale de l'informatique et des libertés
- **ARCEP:** Autorité de régulation des communications électroniques et des postes

Chapitre 6

Classement des logiciels d'emailing

6 – 1 - Critères de classement des logiciels d'emailing

Le choix d'un logiciel d'emailing peut sembler complexe, tant l'offre est vaste. Pour vous aider à y voir plus clair, voici les principaux critères à prendre en compte lors de votre sélection :

1. Facilité d'utilisation

- **Interface intuitive:** L'outil doit être facile à prendre en main, même pour les débutants.
- **Éditeur de templates :** Un éditeur visuel permet de créer des emails sans compétences en codage.
- **Automatisation des tâches :** Des fonctionnalités d'automatisation simplifient la gestion de vos campagnes.

2. Fonctionnalités

- **Segmentation de la liste:** Possibilité de diviser votre liste de contacts en segments ciblés pour des campagnes personnalisées.
- **Automatisation des workflows:** Création de scénarios automatisés (e-mails de bienvenue, de relance, etc.).
- **A/B testing:** Comparaison de différentes versions d'un email pour optimiser vos campagnes.
- **Intégrations:** Possibilité de connecter l'outil à d'autres logiciels (CRM, CMS, etc.).
- **Analyse des performances:** Suivi des statistiques (taux d'ouverture, de clics, etc.) pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.

3. Délivrabilité

- **Réputation de l'expéditeur:** L'outil doit avoir une bonne réputation auprès des fournisseurs d'accès internet pour garantir que vos emails arrivent dans les boîtes de réception.
- **Authentification:** SPF, DKIM, DMARC pour prouver l'authenticité de vos emails.
- **Gestion des listes noires:** L'outil doit vous alerter si votre adresse IP est bloquée.

4. Personnalisation

- **Personnalisation des emails:** Possibilité d'inclure le nom du destinataire, des recommandations de produits, etc.
- **Segmentation avancée:** Création de segments dynamiques basés sur les comportements des contacts.

5. Support client

- **Réactivité:** Un support client réactif est essentiel pour résoudre rapidement les problèmes.

- **Documentation:** Une documentation complète est un plus pour vous aider à prendre en main l'outil.

6. Prix

- **Tarification flexible:** Choisissez une offre adaptée à votre budget et à vos besoins.
- **Fonctionnalités incluses:** Vérifiez les fonctionnalités incluses dans chaque forfait.

7. Conformité RGPD

- **Gestion des consentements:** L'outil doit vous permettre de gérer les consentements de manière transparente.
- **Sécurité des données:** Vos données doivent être sécurisées et conformes au RGPD.

Quelques logiciels populaires

- **Mailchimp:** Très populaire, offre une interface intuitive et de nombreuses fonctionnalités.
- **Sendinblue:** Solution complète avec des fonctionnalités d'automatisation et de marketing SMS.
- **HubSpot:** Intègre l'email marketing à une suite complète d'outils marketing.
- **ActiveCampaign:** Connu pour ses fonctionnalités d'automatisation avancées.
- **Sarbacane:** Solution française avec une interface simple et des tarifs compétitifs.

Le choix du logiciel d'emailing idéal dépend de vos besoins spécifiques et de votre budget. Prenez le temps de comparer les différentes offres et de tester les versions d'essai pour trouver la solution qui vous convient le mieux.

6 – 2 – Logiciels populaires

6 – 2 – 1 – Mailchimp

Mailchimp : Un incontournable de l'email marketing

Mailchimp est l'un des logiciels d'email marketing les plus populaires et les plus utilisés au monde. Il est particulièrement apprécié pour sa facilité d'utilisation et la richesse de ses fonctionnalités, même pour les utilisateurs débutants.

Les principales caractéristiques de Mailchimp

- **Création de campagnes intuitives:**
 - **Éditeur de templates visuels:** Créez des emails personnalisés sans avoir à toucher une ligne de code.
 - **Bibliothèque de templates:** Un large choix de modèles préconçus pour vous inspirer.
 - **Personnalisation avancée:** Incluez le prénom du destinataire, des recommandations de produits, etc. pour rendre vos emails plus pertinents.
- **Segmentation de la liste:**
 - **Critères variés:** Segmentez votre liste en fonction de l'activité des abonnés, de leurs achats, de leur localisation, etc.

- **Campagnes ciblées:** Envoyez des emails personnalisés à chaque segment pour améliorer l'engagement.
- **Automatisation des campagnes:**
 - **Workflows:** Créez des scénarios automatisés pour envoyer des emails de bienvenue, de relance, d'anniversaire, etc.
 - **Séries d'emails:** Envoyez une série d'emails programmés pour guider vos abonnés dans un parcours d'achat.
- **Analyse des performances:**
 - **Statistiques détaillées:** Suivez les taux d'ouverture, de clics, de désabonnement et d'autres indicateurs clés.
 - **Rapports personnalisés:** Créez des rapports personnalisés pour analyser l'efficacité de vos campagnes.
- **Intégrations:**
 - **Plateformes e-commerce:** Shopify, WooCommerce, etc.
 - **CRM:** Salesforce, HubSpot, etc.
 - **Autres outils:** Google Analytics, Facebook Ads, etc.
- **Fonctionnalités supplémentaires:**
 - **Création de landing pages:** Créez des pages de destination pour vos campagnes.
 - **Formulaires d'inscription:** Collectez les adresses email de vos prospects.
 - **A/B testing:** Comparez différentes versions de vos emails pour optimiser vos résultats.

Les avantages de Mailchimp

- **Facilité d'utilisation:** L'interface est intuitive et accessible à tous.
- **Fonctionnalités complètes:** Mailchimp couvre l'ensemble des besoins d'une campagne d'email marketing.
- **Prix attractif:** Des offres gratuites et payantes adaptées à tous les budgets.
- **Communauté active:** Une grande communauté d'utilisateurs et une documentation complète sont disponibles.

Les limites de Mailchimp

- **Pour les très gros volumes:** Pour les entreprises qui envoient des millions d'emails par mois, d'autres solutions plus spécialisées peuvent être plus adaptées.
- **Manque de flexibilité pour les utilisateurs avancés:** Certaines fonctionnalités peuvent être limitées pour les utilisateurs souhaitant un niveau de personnalisation très élevé.

Mailchimp est un excellent choix pour la plupart des entreprises souhaitant mettre en place des campagnes d'email marketing efficaces. Son interface conviviale et ses nombreuses fonctionnalités en font un outil très apprécié des marketeurs.

6 – 2 – 2 – Brevo (ex Sendinblue) - <https://www.brevo.com/fr/>

Un outil polyvalent pour vos campagnes d'emailing

Sendinblue est une plateforme marketing tout-en-un qui propose, entre autres, des fonctionnalités d'email marketing robustes. Il se distingue par sa flexibilité et son rapport qualité-prix, ce qui en fait un choix populaire pour de nombreuses entreprises.

Les principales caractéristiques de Sendinblue

- **Email marketing:**
 - **Éditeur d'emails intuitif:** Créez des emails visuellement attrayants sans avoir de compétences en codage.
 - **Automatisation des campagnes:** Mettez en place des workflows automatisés pour envoyer des emails de bienvenue, de relance, d'anniversaire, etc.
 - **Segmentation avancée:** Divisez votre liste de contacts en segments précis pour des campagnes ultra-ciblées.
 - **A/B testing:** Comparez différentes versions de vos emails pour optimiser vos résultats.
 - **Analyse détaillée:** Accédez à des statistiques complètes sur l'ouverture, les clics, les désabonnements, etc.
- **SMS marketing:**
 - **Envoi de SMS marketing:** Envoyez des SMS promotionnels ou transactionnels à vos clients.
 - **Intégration avec l'email marketing:** Créez des campagnes multicanales en combinant emails et SMS.
- **Chat en direct:**
 - **Communication en temps réel:** Discutez avec vos clients directement sur votre site web.
 - **Bots:** Automatisez les réponses aux questions fréquentes.
- **CRM:**
 - **Gestion des contacts:** Centralisez toutes les informations sur vos clients.
 - **Segmentation avancée:** Créez des segments personnalisés pour mieux cibler vos actions marketing.

Les avantages de Sendinblue

- **Polyvalence:** Sendinblue offre une suite complète d'outils marketing, ce qui vous permet de centraliser vos actions.
- **Facilité d'utilisation:** L'interface est intuitive et accessible à tous.
- **Prix attractif:** Sendinblue propose des tarifs compétitifs, avec un plan gratuit pour les petits envois.
- **Intégrations:** L'outil s'intègre avec de nombreux autres logiciels (WordPress, Shopify, etc.).

Les limites de Sendinblue

- **Pour les très grands comptes:** Les fonctionnalités peuvent être limitées pour les entreprises qui envoient des volumes d'emails extrêmement importants.
- **Complexité:** La plateforme offre de nombreuses fonctionnalités, ce qui peut sembler complexe pour les débutants.

Sendinblue est une solution polyvalente qui convient à un large éventail d'entreprises. Que vous soyez une petite entreprise ou une PME, vous trouverez dans Sendinblue les outils nécessaires pour mettre en place des campagnes d'emailing efficaces.

6 - 2 – 3 - HubSpot : Bien plus qu'un simple outil d'emailing

HubSpot est une plateforme marketing complète qui intègre de nombreuses fonctionnalités, dont l'email marketing. C'est une solution particulièrement appréciée des entreprises qui souhaitent aligner leurs efforts de marketing et de vente.

Les principales caractéristiques de HubSpot pour l'email marketing

- **Intégration CRM:** L'email marketing est étroitement lié à votre base de données de contacts, ce qui permet une personnalisation très poussée des messages.
- **Éditeur d'emails visuels:** Créez des emails professionnels sans avoir besoin de connaissances en codage grâce à un éditeur intuitif.
- **Automatisation des workflows:** Mettez en place des scénarios automatisés pour envoyer des emails de bienvenue, de relance, de fidélisation, etc., en fonction des actions de vos contacts.
- **Segmentation avancée:** Divisez votre liste de contacts en segments précis pour des campagnes ultra-ciblées.
- **A/B testing:** Comparez différentes versions de vos emails pour optimiser vos résultats.
- **Analyse détaillée:** Accédez à des statistiques complètes sur l'ouverture, les clics, les désabonnements, etc.
- **Intégrations:** HubSpot s'intègre avec de nombreux autres outils (CRM, CMS, etc.), ce qui facilite la gestion de votre marketing.

Les avantages de HubSpot pour l'email marketing

- **Vision globale du parcours client:** En intégrant l'email marketing à votre CRM, vous obtenez une vue d'ensemble de l'interaction de vos clients avec votre marque.
- **Personnalisation avancée:** Grâce à l'intégration CRM, vous pouvez personnaliser vos emails en fonction des données de vos contacts.
- **Automatisation puissante:** Les workflows automatisés vous permettent d'économiser du temps et d'optimiser vos campagnes.
- **Solution complète:** HubSpot offre une suite complète d'outils marketing, ce qui peut simplifier la gestion de votre marketing digital.

Les limites de HubSpot

- **Courbe d'apprentissage:** La plateforme est riche en fonctionnalités, ce qui peut nécessiter un certain temps d'apprentissage.
- **Coût:** HubSpot peut être plus coûteux que d'autres solutions spécialisées dans l'email marketing.

HubSpot est une excellente solution pour les entreprises qui souhaitent mettre en place une stratégie marketing globale et qui ont besoin d'un outil puissant et flexible pour gérer leurs campagnes d'emailing. Si vous recherchez une solution tout-en-un qui vous permette de personnaliser vos messages et d'automatiser vos workflows, HubSpot est un choix judicieux.

En quoi HubSpot se distingue-t-il d'autres outils comme Mailchimp ou Sendinblue ?

- **Intégration CRM native:** HubSpot est conçu pour être utilisé avec son propre CRM, ce qui offre une intégration plus fluide et de meilleures possibilités de personnalisation.
- **Vision globale du marketing:** HubSpot couvre un large éventail de domaines marketing (SEO, content marketing, social media, etc.), ce qui en fait une solution complète pour les entreprises qui souhaitent centraliser leurs efforts.
- **Prix:** HubSpot peut être plus coûteux que des solutions spécialisées dans l'email marketing uniquement.

6 – 2 – 4 -ActiveCampaign

Un outil puissant pour l'automatisation du marketing

ActiveCampaign est une plateforme de marketing tout-en-un qui se distingue par ses fonctionnalités d'automatisation avancées. Elle est particulièrement appréciée des entreprises souhaitant personnaliser leurs interactions avec leurs clients à grande échelle.

Les principales caractéristiques d'ActiveCampaign

- **Automatisation du marketing:**
 - **Workflows visuels:** Créez des scénarios d'automatisation complexes de manière intuitive pour envoyer des emails personnalisés en fonction du comportement de vos contacts.
 - **Segmentation avancée:** Segmentez votre liste de contacts en fonction de critères multiples (comportement, données démographiques, etc.) pour des campagnes hyper-ciblées.
 - **Personnalisation dynamique:** Personnalisez vos emails en fonction des données de vos contacts, de leur historique d'achat, etc.
- **Email marketing:**
 - **Éditeur d'emails visuels:** Créez des emails responsive et attractifs sans avoir de compétences en codage.
 - **A/B testing:** Comparez différentes versions de vos emails pour optimiser vos résultats.
 - **Landing pages:** Créez des pages de destination personnalisées pour vos campagnes.
- **CRM:**
 - **Gestion des contacts:** Centralisez toutes les informations sur vos contacts et suivez leurs interactions avec votre marque.
 - **Scoring des leads:** Attribuez des scores à vos leads en fonction de leur comportement pour prioriser vos actions.
- **Autres fonctionnalités:**
 - **SMS marketing:** Envoyez des SMS marketing pour renforcer vos campagnes.
 - **Chat en direct:** Communiquez en temps réel avec vos clients.
 - **Analyse des performances:** Accédez à des rapports détaillés sur l'efficacité de vos campagnes.

Les avantages d'ActiveCampaign

- **Automatisation puissante:** ActiveCampaign excelle dans l'automatisation des tâches marketing, ce qui vous permet de gagner du temps et d'améliorer votre efficacité.

- **Personnalisation avancée:** Grâce à ses fonctionnalités de segmentation et de personnalisation, vous pouvez créer des expériences client sur mesure.
- **CRM intégré:** La gestion de vos contacts est simplifiée grâce au CRM intégré.
- **Flexibilité:** ActiveCampaign s'adapte à différents types d'entreprises et à différents secteurs d'activité.

Les limites d'ActiveCampaign

- **Courbe d'apprentissage:** Les nombreuses fonctionnalités d'ActiveCampaign peuvent nécessiter un certain temps d'apprentissage.
- **Prix:** ActiveCampaign peut être plus coûteux que d'autres solutions pour les petites entreprises.

ActiveCampaign est un outil puissant pour les entreprises qui souhaitent automatiser leurs campagnes marketing et personnaliser leurs interactions avec leurs clients. Ses fonctionnalités avancées en font une solution idéale pour les marketeurs expérimentés.

En quoi ActiveCampaign se distingue-t-il d'autres outils comme HubSpot ou Mailchimp ?

- **Automatisation hyper-personnalisée:** ActiveCampaign excelle dans la création de workflows complexes et personnalisés.
- **Segmentation avancée:** Les options de segmentation sont très poussées, ce qui permet de créer des campagnes ultra-ciblées.
- **Flexibilité:** ActiveCampaign offre une grande flexibilité pour s'adapter à différents besoins.

6 – 2 – 5 - Sarbacane

Une solution d'emailing intuitive et performante pour les PME

Sarbacane est une solution d'email marketing particulièrement appréciée des petites et moyennes entreprises en France. Elle se distingue par son interface simple et intuitive, ainsi que par son excellent rapport qualité-prix.

Les principales caractéristiques de Sarbacane

- **Création d'emails facile:**
 - **Éditeur visuel:** Un éditeur glisser-déposer permet de créer des emails professionnels sans connaissances techniques.
 - **Bibliothèque de modèles:** De nombreux modèles préconçus sont disponibles pour vous inspirer.
- **Segmentation de la liste:**
 - **Critères variés:** Segmentez votre liste en fonction de l'activité des abonnés, de leurs centres d'intérêt, etc. pour des campagnes ciblées.
- **Automatisation des campagnes:**
 - **Workflows simples:** Créez des scénarios automatisés pour envoyer des emails de bienvenue, de relance, d'anniversaire, etc.
- **Analyse des performances:**
 - **Statistiques détaillées:** Suivez les taux d'ouverture, de clics, de désabonnement, etc. pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.

- **Intégrations:**
 - **CRM:** Sarbacane s'intègre avec de nombreux CRM pour une gestion unifiée de vos contacts.
- **Fonctionnalités supplémentaires:**
 - **Formulaires d'inscription:** Créez des formulaires personnalisés pour collecter les adresses email.
 - **A/B testing:** Comparez différentes versions de vos emails pour optimiser vos résultats.

Les avantages de Sarbacane

- **Facilité d'utilisation:** L'interface est très intuitive, ce qui rend l'outil accessible à tous.
- **Prix attractif:** Sarbacane propose des tarifs compétitifs, avec des offres adaptées aux petites entreprises.
- **Support client:** Un support client réactif est disponible pour répondre à vos questions.
- **Solution française:** Un support client en français est disponible, ce qui facilite les échanges.

Les limites de Sarbacane

- **Fonctionnalités avancées:** Pour les entreprises ayant des besoins très spécifiques (segmentation extrêmement poussée, automatisations complexes), d'autres solutions peuvent être plus adaptées.

Sarbacane est une excellente option pour les PME qui souhaitent mettre en place des campagnes d'emailing efficaces sans se ruiner. Son interface simple et intuitive, associée à un bon rapport qualité-prix, en fait une solution très appréciée.

En quoi Sarbacane se distingue-t-il d'autres outils comme Mailchimp ou Sendinblue ?

- **Interface simple:** Sarbacane met l'accent sur la simplicité d'utilisation, ce qui peut être un avantage pour les débutants.
- **Solution française:** Un support client en français et une interface adaptée au marché français sont des atouts pour les entreprises françaises.
- **Prix compétitifs:** Sarbacane propose des tarifs souvent plus attractifs que ses concurrents pour les petits volumes d'envoi.

6 – 2 – 6 - Comparaison détaillée des logiciels d'emailing : Sendinblue, HubSpot, Sarbacane, ActiveCampaign et Mailchimp

Le choix du logiciel d'emailing idéal dépend grandement de vos besoins spécifiques, de la taille de votre entreprise et de votre budget. Chacun de ces outils présente des forces et des faiblesses distinctes. Voici une comparaison détaillée pour vous aider à y voir plus clair :

Sendinblue

- **Forces:** Polyvalence (email, SMS, chat), prix attractif, interface intuitive, solution tout-en-un, idéal pour les PME.
- **Faiblesses:** Peut manquer de fonctionnalités très avancées pour les grandes entreprises.

HubSpot

- **Forces:** Intégration CRM solide, automatisation puissante, personnalisation avancée, solution complète pour le marketing, idéal pour les entreprises cherchant une approche globale.
- **Faiblesses:** Courbe d'apprentissage plus longue, peut être plus coûteux.

Sarbacane

- **Forces:** Simplicité d'utilisation, prix compétitif, solution française, idéal pour les petites entreprises et les débutants.
- **Faiblesses:** Fonctionnalités moins avancées que les autres solutions pour les besoins complexes.

ActiveCampaign

- **Forces:** Automatisation avancée, personnalisation poussée, segmentation fine, idéal pour les entreprises cherchant à personnaliser au maximum leurs campagnes.
- **Faiblesses:** Courbe d'apprentissage plus longue, peut être complexe pour les débutants.

Mailchimp

- **Forces:** Interface intuitive, communauté active, prix attractif, idéal pour les débutants et les petites entreprises.
- **Faiblesses:** Fonctionnalités d'automatisation moins avancées que les autres solutions pour les besoins complexes.

Tableau comparatif (résumé)

Critère	Sendinblue	HubSpot	Sarbacane	ActiveCampaign	Mailchimp
Facilité d'utilisation	★★★★☆	★★★☆☆	★★★★★	★★★★☆	★★★★★
Automatisation	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆☆	★★★★★	★★★★☆
Personnalisation	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆☆	★★★★★	★★★★☆
Prix	★★★★★	★★★☆☆	★★★★★	★★★★☆	★★★★★
Intégration CRM	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆☆	★★★★★	★★★★☆
Fonctionnalités	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆☆	★★★★★	★★★★☆

Quand choisir quel outil ?

- **Sendinblue:** Idéal si vous recherchez une solution polyvalente et abordable pour vos campagnes d'emailing et SMS.

- **HubSpot:** Si vous avez besoin d'une solution complète pour gérer l'ensemble de votre marketing et que vous êtes prêt à investir dans une plateforme robuste.
- **Sarbacane:** Si vous recherchez une solution simple et efficace pour vos campagnes d'emailing, avec un bon rapport qualité-prix.
- **ActiveCampaign:** Si vous avez besoin d'une plateforme d'automatisation très puissante pour personnaliser vos campagnes au maximum.
- **Mailchimp:** Si vous débutez dans l'email marketing et que vous recherchez une solution simple et intuitive.

Pour faire le meilleur choix, posez-vous les questions suivantes:

- Quel est votre budget ?
- Quelle est la taille de votre liste de contacts ?
- Quelles sont les fonctionnalités dont vous avez besoin (automatisation, segmentation, personnalisation, etc.) ?
- Quel niveau d'expertise avez-vous en marketing digital ?

6 – 3 - Logiciels d'emailing open source

Les logiciels d'emailing open source offrent une solution intéressante pour les entreprises souhaitant avoir un contrôle total sur leur outil de marketing. Contrairement aux solutions commerciales, les logiciels open source sont généralement gratuits et permettent une grande personnalisation.

Pourquoi choisir un logiciel d'emailing open source ?

- **Flexibilité:** Adaptez le logiciel à vos besoins spécifiques sans contraintes.
- **Personnalisation:** Modifiez le code pour créer des fonctionnalités sur mesure.
- **Coût:** Souvent gratuits, les logiciels open source réduisent vos dépenses.
- **Communauté:** Bénéficiez d'une communauté active pour obtenir de l'aide et des conseils.

Les principaux logiciels d'emailing open source

- **Mautic:** Considéré comme l'un des meilleurs, Mautic offre un large éventail de fonctionnalités : création de formulaires, segmentation de la liste, automatisation des campagnes, etc.
- **Akismet:** Bien connu pour sa lutte contre les spams, Akismet peut également être utilisé pour gérer une liste de contacts et envoyer des newsletters.
- **phpList:** Solution simple et efficace pour envoyer des newsletters de base, idéale pour les petites listes.
- **Elgg:** Plateforme communautaire open source qui peut être utilisée pour créer des newsletters et gérer une communauté d'abonnés.

Quels sont les avantages et les inconvénients ?

Avantages	Inconvénients
Flexibilité	Nécessite des compétences techniques
Personnalisation	Courbe d'apprentissage plus longue
Coût	Gratuit ou à faible coût

Comment choisir le bon logiciel open source ?

- **Besoins:** Définissez précisément vos besoins en termes de fonctionnalités et de taille de votre liste.
- **Compétences techniques:** Évaluez votre niveau de compétences en développement.
- **Communauté:** Renseignez-vous sur la taille et l'activité de la communauté autour du logiciel.
- **Hébergement:** Choisissez un hébergeur fiable pour installer votre logiciel.

Les logiciels d'emailing open source offrent une solution intéressante pour ceux qui souhaitent avoir un contrôle total sur leur outil de marketing. Cependant, ils nécessitent généralement des compétences techniques et un investissement en temps. Si vous recherchez une solution simple et prête à l'emploi, les logiciels commerciaux peuvent être plus adaptés.

6 – 3 – 1 - Mautic

Une plateforme de marketing automation open source puissante et flexible

Mautic est une plateforme de marketing automation open source particulièrement appréciée pour sa flexibilité et ses nombreuses fonctionnalités. Elle permet de gérer l'ensemble de votre stratégie marketing, de la capture de leads à la fidélisation des clients.

Les principales caractéristiques de Mautic

- **Création de formulaires:** Créez des formulaires personnalisés pour capturer les informations de vos prospects sur votre site web, vos réseaux sociaux ou vos événements.
- **Segmentation des contacts:** Segmentez votre base de contacts en fonction de critères multiples (comportement, données démographiques, etc.) pour des campagnes hyper-ciblées.
- **Automatisation des campagnes:** Mettez en place des workflows automatisés pour envoyer des emails personnalisés en fonction du parcours client (emails de bienvenue, de relance, de fidélisation, etc.).
- **Email marketing:** Créez des emails visuellement attrayants et responsive grâce à un éditeur intuitif.
- **Landing pages:** Concevez des pages de destination personnalisées pour vos campagnes.
- **Marketing sur les réseaux sociaux:** Publiez du contenu sur vos réseaux sociaux et suivez les performances de vos publications.
- **Analyse:** Accédez à des rapports détaillés sur l'efficacité de vos campagnes pour mesurer votre ROI.
- **Intégrations:** Mautic s'intègre avec de nombreux autres outils (CRM, CMS, etc.) pour vous offrir une solution complète.

Les avantages de Mautic

- **Open source:** La plateforme est gratuite et personnalisable à l'infini.
- **Flexibilité:** Adaptez Mautic à vos besoins spécifiques grâce à ses nombreuses fonctionnalités et à sa communauté active.

- **Personnalisation:** Créez des expériences client uniques en personnalisant vos campagnes.
- **Communauté:** Bénéficiez du soutien d'une communauté de développeurs et d'utilisateurs actifs.

Les inconvénients de Mautic

- **Complexité:** Mautic offre de nombreuses fonctionnalités, ce qui peut nécessiter une courbe d'apprentissage plus longue.
- **Hébergement:** Vous devez héberger la plateforme vous-même ou faire appel à un prestataire.
- **Maintien:** Les mises à jour et la maintenance technique sont à votre charge.

Pour qui est fait Mautic ?

Mautic est idéal pour les entreprises et les marketeurs qui :

- **Souhaitent une solution flexible et personnalisable.**
- **Ont des besoins spécifiques en matière de marketing automation.**
- **Ont des compétences techniques ou sont prêts à investir du temps dans l'apprentissage de la plateforme.**
- **Cherchent une alternative gratuite aux solutions commerciales.**

Mautic est une plateforme de marketing automation puissante et flexible qui offre de nombreuses possibilités. Si vous êtes prêt à investir du temps et des ressources pour personnaliser votre solution, Mautic est un excellent choix.

6 – 3 – 2 -phpList : Une solution simple et efficace pour l'envoi de newsletters

phpList est un logiciel d'emailing open source particulièrement apprécié pour sa simplicité et sa facilité d'utilisation. Il est idéal pour les petites et moyennes entreprises qui souhaitent gérer leurs campagnes d'emailing sans se compliquer la vie.

Les principales caractéristiques de phpList

- **Création de newsletters:** Créez des newsletters HTML simples et efficaces grâce à un éditeur WYSIWYG (What You See Is What You Get).
- **Gestion des listes de contacts:** Importez et exportez facilement vos listes de contacts, segmentez-les et gérez les désabonnements.
- **Automatisation des envois:** Planifiez vos envois et créez des campagnes automatiques en fonction d'événements (anniversaires, etc.).
- **Suivi des statistiques:** Obtenez des rapports détaillés sur les taux d'ouverture, de clics et de désabonnement pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.
- **Personnalisation:** Personnalisez vos emails avec les noms des destinataires et d'autres informations dynamiques.

Les avantages de phpList

- **Simplicité:** L'interface est intuitive et facile à prendre en main.
- **Gratuit:** phpList est un logiciel open source, donc totalement gratuit.
- **Léger:** Il ne nécessite pas de ressources serveur importantes.
- **Communauté:** Une communauté active propose de nombreux plugins et extensions pour personnaliser phpList.

Les inconvénients de phpList

- **Fonctionnalités limitées:** Par rapport à d'autres solutions open source comme Mautic, phpList offre moins de fonctionnalités avancées en matière d'automatisation et de segmentation.
- **Interface basique:** L'interface est moins moderne et personnalisable que celle de certains concurrents.

Pour qui est fait phpList ?

phpList est idéal pour :

- **Les petites entreprises et les associations** qui souhaitent envoyer des newsletters de manière simple et efficace.
- **Les utilisateurs qui débutent dans l'email marketing** et qui recherchent une solution facile à prendre en main.
- **Les personnes qui ont des contraintes techniques** et qui ne souhaitent pas investir dans une solution plus complexe.

phpList est une excellente option pour les utilisateurs qui ont besoin d'un logiciel d'emailing simple et efficace. Il est parfait pour gérer des listes de contacts de taille moyenne et envoyer des newsletters régulières. Si vous avez besoin de fonctionnalités plus avancées, comme l'automatisation de marketing ou la segmentation fine de vos contacts, il peut être intéressant d'explorer d'autres solutions comme Mautic.

6 – 3 – 3 - GNU Mailman : Un vétéran des listes de diffusion

GNU Mailman est un logiciel libre particulièrement réputé pour la gestion de listes de diffusion. Il est conçu pour faciliter la communication au sein de groupes d'intérêt, de communautés en ligne ou d'organisations.

Les principales caractéristiques de GNU Mailman :

- **Gestion de listes de diffusion:** Mailman permet de créer et de gérer un nombre illimité de listes de diffusion.
- **Modération:** Il offre des outils de modération pour filtrer les spams, approuver les messages avant leur envoi à tous les abonnés, et gérer les abonnements et les désabonnements.
- **Archives:** Toutes les discussions sont archivées et consultables en ligne, ce qui permet aux nouveaux abonnés de rattraper leur retard.
- **Digests:** Mailman peut envoyer des digests quotidiens ou hebdomadaires regroupant tous les messages d'une liste.

- **Web interface:** Une interface web intuitive permet aux abonnés de gérer leurs abonnements, de consulter les archives et de poster des messages.
- **Plugins:** Une large gamme de plugins est disponible pour étendre les fonctionnalités de Mailman, comme l'intégration avec des systèmes d'authentification, la traduction dans de nombreuses langues, etc.

Les avantages de GNU Mailman

- **Libre et gratuit:** Mailman est un logiciel libre distribué sous licence GPL, ce qui signifie qu'il est gratuit et que vous pouvez le modifier et le redistribuer.
- **Stable et mature:** Mailman est un logiciel éprouvé, utilisé par de nombreuses organisations depuis plusieurs années.
- **Extensible:** Grâce à ses nombreux plugins, Mailman peut être adapté à des besoins très variés.
- **Communauté active:** Une communauté importante d'utilisateurs et de développeurs contribue à son évolution.

Les inconvénients de GNU Mailman

- **Interface moins moderne:** Par rapport à des solutions plus récentes, l'interface de Mailman peut sembler un peu vieillotte.
- **Installation et configuration:** L'installation et la configuration de Mailman peuvent nécessiter des connaissances techniques.
- **Moins de fonctionnalités marketing:** Mailman est principalement conçu pour la gestion de listes de diffusion, il offre moins de fonctionnalités marketing avancées comme la segmentation des listes ou l'automatisation des campagnes.

Pour qui est fait GNU Mailman ?

GNU Mailman est idéal pour :

- **Les organisations qui souhaitent gérer des listes de diffusion professionnelles.**
- **Les communautés en ligne qui ont besoin d'un outil robuste et fiable pour leurs discussions.**
- **Les utilisateurs qui privilégient la stabilité et la simplicité d'utilisation.**

GNU Mailman est un logiciel de gestion de listes de diffusion mature et fiable. Il est particulièrement adapté aux organisations qui recherchent une solution simple et efficace pour gérer leurs communications par email. Cependant, si vous avez besoin de fonctionnalités marketing avancées, il peut être intéressant d'explorer d'autres solutions comme Mautic ou phpList.

6 – 3 – 4 - Odoo : Une Suite Complète avec des Fonctionnalités d'Emailing Intégrées

Odoo est bien plus qu'un simple logiciel d'emailing. C'est une suite logicielle open source complète qui couvre de nombreux aspects de la gestion d'entreprise, de la gestion de la relation client (CRM) à la comptabilité, en passant par la gestion de projet. Parmi ses nombreuses fonctionnalités, on retrouve un module d'email marketing robuste.

Les Caractéristiques d'Odoo en Matière d'Emailing

- **Intégration avec le CRM :** Les contacts de votre base de données CRM peuvent être directement segmentés et ciblés pour vos campagnes d'emailing.
- **Création de Newsletters Personnalisées :** Un éditeur visuel intuitif permet de créer des newsletters attractives et personnalisées.
- **Automatisation des Campagnes :** Mettez en place des workflows automatisés pour envoyer des emails de bienvenue, de relance ou de fidélisation.
- **Suivi des Statistiques Détaillées :** Suivez les performances de vos campagnes (taux d'ouverture, de clics, de désabonnement) pour affiner vos stratégies.
- **Segmentation Avancée :** Segmentez votre base de contacts en fonction de critères multiples (comportement, données démographiques, etc.) pour des campagnes hyper-ciblées.
- **Intégration avec d'autres Modules :** L'email marketing s'intègre parfaitement avec les autres modules d'Odoo, comme le module e-commerce, pour des campagnes de promotion ciblées.
- **Open Source :** Comme toute la suite Odoo, le module d'email marketing est open source, ce qui offre une grande flexibilité et la possibilité de le personnaliser.

Les Avantages d'Utiliser Odoo pour l'Emailing

- **Vision 360° du Client :** En intégrant les données de vos campagnes emailing à votre CRM, vous obtenez une vue complète de vos interactions avec vos clients.
- **Flexibilité :** Odoo est hautement personnalisable, ce qui vous permet d'adapter la solution à vos besoins spécifiques.
- **Scalabilité :** Odoo peut s'adapter à la croissance de votre entreprise.
- **Communauté Active :** Bénéficiez du soutien d'une large communauté d'utilisateurs et de développeurs.

Pour Qui est Fait Odoo ?

Odoo est particulièrement adapté aux :

- **Petites et Moyennes Entreprises (PME) :** Qui souhaitent une solution complète et évolutive pour gérer l'ensemble de leurs activités.
- **Entreprises en Croissance :** Qui ont besoin d'une solution flexible pour s'adapter à leurs besoins changeants.
- **Utilisateurs à la Recherche d'une Solution Tout-en-Un :** Qui souhaitent centraliser toutes leurs données et leurs processus dans une seule plateforme.

Odoo est une solution complète et puissante pour la gestion d'entreprise, qui inclut un module d'email marketing robuste. Si vous cherchez une solution flexible et personnalisable pour gérer vos campagnes d'emailing tout en bénéficiant d'une vue globale de vos activités, Odoo est une excellente option.

6 – 3 – 5 - Listmonk : Une Solution Simple et Élégante pour la Gestion de Listes de Diffusion

Listmonk est un logiciel open source relativement récent, conçu pour offrir une solution simple et efficace pour la gestion de listes de diffusion. Il se distingue par son interface minimaliste et intuitive, ainsi que par sa facilité d'installation.

Les Principales Caractéristiques de Listmonk

- **Interface Utilisateur Minimaliste:** Listmonk propose une interface web épurée et facile à prendre en main, même pour les utilisateurs non techniques.
- **Création et Gestion de Listes:** Créez des listes de diffusion, importez des contacts, et segmentez votre audience en fonction de différents critères.
- **Envoi de Newsletters:** Créez et envoyez des newsletters HTML simples et efficaces.
- **Automatisation:** Automatisez des tâches récurrentes comme les envois programmés ou les workflows de bienvenue.
- **Suivi des Statistiques:** Obtenez des rapports détaillés sur les taux d'ouverture, de clics et de désabonnement pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.
- **Intégrations:** Listmonk offre des intégrations avec d'autres outils comme SMTP, webhook et des passerelles de paiement.
- **API:** Une API RESTful permet de développer des intégrations personnalisées.

Les Avantages de Listmonk

- **Simplicité:** L'interface est intuitive et facile à prendre en main.
- **Léger:** Listmonk est léger et peut être installé sur des serveurs peu puissants.
- **Open Source:** Le code source est librement accessible, ce qui permet de le personnaliser et de le modifier.
- **Communauté Active:** Bien que plus petite que celle de certains autres logiciels, la communauté Listmonk est active et en croissance.

Pour Qui est Fait Listmonk ?

Listmonk est idéal pour :

- **Les particuliers et les petites entreprises:** Qui souhaitent gérer leurs listes de diffusion de manière simple et efficace.
- **Les développeurs:** Qui cherchent une solution flexible et personnalisable pour intégrer à leurs applications.
- **Les personnes soucieuses de la confidentialité:** Listmonk est conçu pour respecter la vie privée des utilisateurs.

Listmonk est une excellente option pour ceux qui recherchent une solution simple et élégante pour gérer leurs listes de diffusion. Il est particulièrement adapté aux besoins des petites entreprises et des développeurs. Si vous avez besoin de fonctionnalités plus avancées en matière d'automatisation de marketing ou de segmentation, il peut être intéressant d'explorer d'autres solutions comme Mautic ou Odoo.

6 – 4 - Classement des logiciels -reference de Tool Advisor

Ip.independant	Zendesk	Top10.com	Brevo	Blogdigital	ActiveTrail	fabrique du net	ToolAdvisor
Brevo	Zendesk	Hubspot	Brevo	ActiveTrail	ActiveTrail	Brevo	Brevo
Salesforce	Hiver	Salesforce	Hubspot	Brevo	Hubspot	ActiveTrail	Active campagne
ActiveTrail	Brevo	Brevo	Mailchimp	Hubspot	ConstanceContact	Sarbacane	mailchimp
HubSpot	Sanebox	Omnisend	Mailjet	Etarget	Mailjet	Active Campagne	Hubspot
Sarbacane	Front	ConstantContact	Aweber	Sarbacane	SendGrid	Hubspot	Sarbacane
	LiveAgent	Semrush	ActiveTrail	Getresponse	Mailchimp	eTarget	Mailjet
	HelpScout	ClipUp	Moosend	Omnisend	Aweber	Mailchimp	Lemlist
	Outlook	Klaviyo	Klaviyo	Benchmark Email	mailerLite	Mailjet	Maimmeteor
	Gmail	Campaigner	MailerLite	Mailjet	Omnisend	Benschmart Email	Getresponse
	Klaviyo		Omnisend	MailerKite		Litmus	mailshake
	Mailchimp			Mailchimp		Getresponse	Yamm
	Missive			Sendpulse		Sendpulse	
	Superhuman			SendHetic		Zoho campaubbe	

Nous retiendrons le classement de Tool advisor

emailing	score	satisfaction client	spécialisation	prix 10 000/mois
Brevo	9,5/10	93%	Email marketing	19€/mois
ActiveCampaign	8,9/10	92%	Email marketing	29\$/mois
Mailchimp	9,3/10	93%	Email marketing	24,75€/mois
HubSpot	9,3/10	92%	Email marketing	20€/mois
Sarbacane	9,1/10	87%	Email marketing	69€/mois
Mailjet	8,9/10	87%	Email marketing	14€/mois
Lemlist	9,6/10	90%	Email outreach	29\$/mois
Mailmeteor	8,2/10	93%	Gmail outreach	9,99€/mois
GetResponse	8,7/10	82%	Email marketing	19\$/mois
Mailshake	8,3/10	85%	Email outreach	59\$/mois
YAMM	7,9/10	82%	Gmail outreach	19\$/mois

Ce classement evolue en permanence suivant les mises à jour des logiciels. Ce classement introduit des logiciels qui ne sont pas decrits precedemment

6 – 5 – logiciels emailing complémentaires

6 – 5 – 1 -Mailjet : Une Solution d'Emailing Polyvalente et Performante

Mailjet est une plateforme d'emailing populaire qui offre une gamme complète d'outils pour gérer vos campagnes marketing et transactionnelles. Que vous soyez un marketeur, un développeur ou une entreprise, Mailjet propose des fonctionnalités adaptées à vos besoins.

Les principales caractéristiques de Mailjet :

- **Création d'emails :**
 - **Éditeur visuel intuitif:** Créez des emails professionnels sans avoir besoin de connaissances en code.
 - **Modèles personnalisables:** Choisissez parmi une large gamme de modèles préconçus ou créez vos propres modèles.
 - **Personnalisation:** Intégrez des données dynamiques pour personnaliser vos emails en fonction de chaque destinataire.
- **Gestion des contacts:**
 - **Segmentation:** Divisez votre liste de contacts en segments pour des campagnes ciblées.
 - **Synchronisation:** Importez et exportez vos contacts depuis d'autres outils.
 - **Formulaires d'inscription:** Créez des formulaires personnalisés pour collecter des adresses email.
- **Envoi d'emails:**
 - **Campagnes marketing:** Planifiez et envoyez des campagnes d'emailing en masse.
 - **Emails transactionnels:** Automatisez l'envoi d'emails transactionnels (confirmations de commande, réinitialisation de mot de passe, etc.).
 - **API puissante:** Intégrez Mailjet à vos applications pour un envoi d'emails programmatique.
- **Suivi et analyses:**
 - **Statistiques détaillées:** Suivez les performances de vos campagnes (taux d'ouverture, de clics, de désabonnement, etc.).
 - **Rapports personnalisés:** Créez des rapports personnalisés pour analyser vos données.
- **Autres fonctionnalités:**
 - **Landing pages:** Créez des pages de destination personnalisées pour vos campagnes.
 - **A/B testing:** Comparez différentes versions de vos emails pour optimiser vos résultats.
 - **Intégrations:** Connectez Mailjet à d'autres outils (CRM, CMS, etc.).

Les avantages de Mailjet :

- **Facilité d'utilisation:** L'interface est intuitive et accessible à tous.
- **Flexibilité:** Mailjet s'adapte à différents besoins, de l'envoi simple de newsletters à la gestion de campagnes complexes.
- **Fiabilité:** Mailjet garantit une bonne délivrabilité de vos emails.
- **Support client:** Une équipe de support est disponible pour répondre à vos questions.

Pour qui est fait Mailjet ?

Mailjet est adapté à un large public :

- **Les petites et moyennes entreprises:** Qui souhaitent gérer leurs campagnes d'emailing de manière efficace.
- **Les e-commerçants:** Pour envoyer des emails transactionnels et marketing.
- **Les développeurs:** Pour intégrer des fonctionnalités d'emailing dans leurs applications.
- **Les agences de marketing:** Pour gérer les campagnes de leurs clients.

Mailjet est une solution d'emailing complète et performante qui offre une grande flexibilité. Que vous soyez débutant ou expert en marketing digital, vous trouverez dans Mailjet les outils nécessaires pour réussir vos campagnes d'emailing.

6 – 5 -2 -Lemlist : Un Outil Puissant pour la Prospection par Email

Lemlist est un outil de prospection par email particulièrement reconnu pour sa capacité à personnaliser les campagnes à grande échelle et à automatiser les tâches répétitives. Il se distingue par son approche centrée sur la personnalisation et la multi-canalité.

Les Principales Caractéristiques de Lemlist :

- **Personnalisation avancée:**
 - **Variables dynamiques:** Insérez des informations personnalisées directement dans vos emails (nom, entreprise, poste, etc.) pour créer un message plus pertinent.
 - **Images personnalisées:** Ajoutez des captures d'écran personnalisées pour rendre vos emails plus visuels.
 - **Séquences personnalisées:** Créez des séquences d'emails personnalisées pour chaque prospect.
- **Prospection multicanale:**
 - **Email:** Envoyez des emails personnalisés à grande échelle.
 - **LinkedIn:** Envoyez des messages connectés sur LinkedIn.
 - **Appel vocal:** Laissez des messages vocaux personnalisés.
- **Automatisation:**
 - **Séquences automatisées:** Créez des séquences de suivi automatisées pour augmenter vos chances de réponse.
 - **Conditions avancées:** Définissez des conditions pour personnaliser vos séquences en fonction du comportement des prospects.
- **Base de données:**
 - **Enrichissement de contacts:** Enrichissez vos données de contacts avec des informations supplémentaires (poste, entreprise, etc.).
 - **Vérification d'emails:** Assurez-vous que vos emails sont valides.
- **Suivi et analyse:**
 - **Statistiques détaillées:** Suivez les performances de vos campagnes (taux d'ouverture, de clics, de réponse).
 - **Intégration avec d'autres outils:** Connectez Lemlist à votre CRM et à d'autres outils pour une meilleure analyse.

Pour Qui est Fait Lemlist ?

Lemlist est particulièrement adapté aux :

- **Équipe de vente:** Pour générer des leads qualifiés et accélérer le processus de vente.
- **Marketeurs:** Pour lancer des campagnes de prospection ciblées et personnalisées.
- **Recruteurs:** Pour trouver les meilleurs talents.

Les Avantages de Lemlist :

- **Personnalisation poussée:** Les emails sont véritablement personnalisés pour chaque prospect.
- **Multi-canal:** Combinez plusieurs canaux pour augmenter vos chances de conversion.
- **Automatisation:** Gagnez du temps en automatisant les tâches répétitives.
- **Suivi précis:** Mesurez l'efficacité de vos campagnes grâce aux statistiques détaillées.

Lemlist est un outil puissant et flexible pour la prospection. Il permet de créer des campagnes personnalisées à grande échelle et d'automatiser une grande partie du processus. Si vous cherchez à améliorer vos résultats en matière de prospection, Lemlist est une solution à considérer.

6 – 5 – 3 Mailmeteor : Le Publipostage Simplifier pour Gmail

Mailmeteor est une extension pour Google Chrome conçue pour faciliter le publipostage directement depuis votre boîte Gmail. Il permet d'envoyer des emails personnalisés à grande échelle, simplifiant ainsi les campagnes d'emailing pour les particuliers et les petites entreprises.

Les Principales Caractéristiques de Mailmeteor :

- **Personnalisation:**
 - **Fusion de données:** Importez vos listes de contacts depuis Google Sheets pour personnaliser vos emails avec des noms, des adresses, etc.
 - **Modèles:** Créez et enregistrez des modèles d'emails pour gagner du temps.
- **Automatisation:**
 - **Planification:** Planifiez l'envoi de vos campagnes pour un meilleur impact.
 - **Suivi:** Suivez les taux d'ouverture et de clics pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.
- **Simplicité d'utilisation:**
 - **Interface intuitive:** L'interface est conçue pour être facile à prendre en main, même pour les débutants.
 - **Intégration avec Gmail:** Mailmeteor fonctionne directement dans votre boîte Gmail, vous n'avez pas besoin de changer d'outil.

Les Avantages de Mailmeteor :

- **Gratuit:** La version de base de Mailmeteor est gratuite et offre un nombre important d'envois par mois.
- **Facile à utiliser:** L'interface est intuitive et ne nécessite pas de compétences techniques particulières.
- **Intégration avec Gmail:** Tout se fait directement dans votre boîte de réception, ce qui est pratique.

- **Personnalisation:** Vous pouvez créer des emails personnalisés pour chaque destinataire.

Pour Qui est Fait Mailmeteor ?

Mailmeteor est idéal pour :

- **Les particuliers:** Pour envoyer des invitations, des vœux ou des newsletters à un groupe de personnes.
- **Les petites entreprises:** Pour réaliser des campagnes de marketing par email de manière simple et efficace.
- **Les indépendants:** Pour communiquer avec leurs clients de manière personnalisée.

Mailmeteor est une solution simple et efficace pour envoyer des emails personnalisés à grande échelle directement depuis Gmail. Il est particulièrement adapté aux personnes qui souhaitent réaliser des campagnes d'emailing sans avoir à investir dans un outil complexe et coûteux.

6 – 5 – 4 -MailShake : Un Outil Puissant pour la Prospection B2B

MailShake est un outil spécialisé dans la prospection B2B par email. Il est conçu pour automatiser et personnaliser vos campagnes de cold emailing, vous permettant ainsi de générer plus de leads qualifiés.

Les Principales Caractéristiques de MailShake :

- **Personnalisation avancée:**
 - **Fusion de données:** Importez vos listes de contacts depuis différents fichiers (CSV, Excel, etc.) et personnalisez vos emails avec des champs dynamiques (nom, entreprise, poste, etc.).
 - **Modèles d'emails:** Créez et enregistrez des modèles d'emails pour gagner du temps.
- **Séquences automatisées:**
 - **Suivi multicanal:** Mettez en place des séquences de suivi automatisées comprenant des emails, des messages LinkedIn et des appels vocaux.
 - **Conditions de suivi:** Configurez des conditions pour personnaliser vos séquences en fonction des réponses des prospects.
- **Enrichissement des données:**
 - **Recherche de prospects:** Trouvez de nouveaux prospects en utilisant des filtres précis (industrie, taille de l'entreprise, etc.).
 - **Enrichissement automatique:** Enrichissez les informations de vos contacts avec des données provenant de différentes sources.
- **Suivi et analyses:**
 - **Statistiques détaillées:** Suivez les performances de vos campagnes (taux d'ouverture, de clics, de réponse).
 - **Intégration avec d'autres outils:** Connectez MailShake à votre CRM et à d'autres outils pour une meilleure analyse.

Pour Qui est Fait MailShake ?

MailShake est particulièrement adapté aux :

- **Équipe de vente:** Pour générer des leads qualifiés et accélérer le processus de vente.
- **Marketeurs:** Pour lancer des campagnes de prospection ciblées et personnalisées.
- **Recruteurs:** Pour trouver les meilleurs talents.

Les Avantages de MailShake :

- **Spécialisé B2B:** MailShake est conçu spécifiquement pour les besoins des professionnels de la vente et du marketing B2B.
- **Automatisation puissante:** Gagnez du temps en automatisant les tâches répétitives.
- **Personnalisation avancée:** Créez des emails hautement personnalisés pour chaque prospect.
- **Intégrations multiples:** Connectez MailShake à votre écosystème d'outils existant.

MailShake est un outil robuste et complet pour la prospection B2B. Il offre une grande flexibilité pour personnaliser vos campagnes et automatiser vos tâches. Si vous cherchez à améliorer votre efficacité en matière de génération de leads, MailShake est une excellente option à considérer.

6 - 5 – 5 -Yamm : Le Publipostage Simplicité pour Gmail

Yamm (Yet Another Mail Merge) est une extension populaire pour Google Chrome qui transforme votre boîte Gmail en un outil de publipostage puissant. Il vous permet d'envoyer des emails personnalisés à grande échelle, directement depuis votre interface Gmail habituelle.

Les Principales Caractéristiques de Yamm :

- **Personnalisation:**
 - **Fusion de données:** Importez vos listes de contacts depuis Google Sheets pour personnaliser vos emails avec des noms, des adresses, etc.
 - **Modèles:** Créez et enregistrez des modèles d'emails pour gagner du temps.
- **Automatisation:**
 - **Planification:** Planifiez l'envoi de vos campagnes pour un meilleur impact.
 - **Suivi:** Suivez les taux d'ouverture et de clics pour mesurer l'efficacité de vos campagnes.
- **Simplicité d'utilisation:**
 - **Interface intuitive:** L'interface est conçue pour être facile à prendre en main, même pour les débutants.
 - **Intégration avec Gmail:** Yamm fonctionne directement dans votre boîte Gmail, vous n'avez pas besoin de changer d'outil.

Les Avantages de Yamm :

- **Gratuit:** La version de base de Yamm est gratuite et offre un nombre important d'envois par mois.
- **Facile à utiliser:** L'interface est intuitive et ne nécessite pas de compétences techniques particulières.
- **Intégration avec Gmail:** Tout se fait directement dans votre boîte de réception, ce qui est pratique.
- **Personnalisation:** Vous pouvez créer des emails personnalisés pour chaque destinataire.

Pour Qui est Fait Yamm ?

Yamm est idéal pour :

- **Les particuliers:** Pour envoyer des invitations, des vœux ou des newsletters à un groupe de personnes.
- **Les petites entreprises:** Pour réaliser des campagnes de marketing par email de manière simple et efficace.
- **Les indépendants:** Pour communiquer avec leurs clients de manière personnalisée.

Yamm est une solution simple et efficace pour envoyer des emails personnalisés à grande échelle directement depuis Gmail. Il est particulièrement adapté aux personnes qui souhaitent réaliser des campagnes d'emailing sans avoir à investir dans un outil complexe et coûteux.

.

6 - 5 – 6 -GetResponse : Une Plateforme Tout-en-Un pour le Marketing

GetResponse est une plateforme de marketing digital complète qui offre une panoplie d'outils pour gérer vos campagnes d'emailing, de marketing automation et de landing pages. C'est une solution particulièrement appréciée pour sa facilité d'utilisation et sa large gamme de fonctionnalités.

Les Principales Caractéristiques de GetResponse :

- **Email Marketing:**
 - **Éditeur d'emails visuels:** Créez des emails professionnels sans avoir besoin de connaissances en code.
 - **Automatisation des emails:** Mettez en place des workflows d'automatisation pour envoyer des emails personnalisés en fonction du comportement de vos abonnés.
 - **A/B testing:** Testez différentes versions de vos emails pour optimiser vos résultats.
- **Landing Pages:**
 - **Créateur de landing pages:** Créez des pages de destination personnalisées pour vos campagnes.
 - **Formulaires d'inscription:** Collectez des leads qualifiés grâce à des formulaires intégrés.
- **Marketing Automation:**
 - **Workflows visuels:** Créez des parcours clients automatisés pour engager vos prospects.
 - **Webinaires:** Organisez des webinaires et suivez l'engagement de vos participants.
- **Autres fonctionnalités:**
 - **Segmentation:** Divisez votre liste de contacts en segments pour des campagnes ciblées.
 - **Analyse:** Suivez les performances de vos campagnes grâce à des rapports détaillés.
 - **Intégrations:** Connectez GetResponse à d'autres outils (CRM, CMS, etc.).

Les Avantages de GetResponse :

- **Complet:** GetResponse offre une gamme complète d'outils pour le marketing digital.

- **Facile à utiliser:** L'interface est intuitive et accessible à tous.
- **Automatisation puissante:** Gagnez du temps en automatisant vos tâches marketing.
- **Personnalisation:** Créez des campagnes personnalisées pour chaque segment de votre audience.

Pour Qui est Fait GetResponse ?

GetResponse est adapté à un large public :

- **Les petites et moyennes entreprises:** Qui souhaitent gérer leurs campagnes de marketing digital de manière efficace.
- **Les e-commerçants:** Pour développer leur liste de clients et fidéliser leur clientèle.
- **Les marketeurs:** Pour créer des campagnes personnalisées et mesurer leur impact.

GetResponse est une plateforme complète et flexible qui vous permet de gérer tous les aspects de votre marketing digital. Que vous soyez débutant ou expérimenté, vous trouverez dans GetResponse les outils nécessaires pour réussir vos campagnes.

6 – 6 - Logiciels d'Emailing Gratuits : Un Tour d'Horizon

Les logiciels d'emailing gratuits sont devenus incontournables pour les entreprises de toutes tailles, souhaitant communiquer efficacement avec leurs clients et prospects. Ils offrent une variété de fonctionnalités, allant de la création d'emailing simples à des campagnes marketing automatisées complexes.

Pourquoi choisir un logiciel d'emailing gratuit ?

- **Coût réduit:** Évidemment, le principal avantage est de ne pas avoir à investir dans un abonnement payant dès le départ.
- **Facilité d'utilisation:** La plupart des logiciels gratuits sont conçus pour être intuitifs, même pour les débutants.
- **Fonctionnalités essentielles:** Ils proposent généralement les fonctionnalités de base nécessaires pour créer et envoyer des campagnes d'emailing.

Les meilleurs logiciels d'emailing gratuits en 2024

Bien que gratuits, ces outils offrent des fonctionnalités solides et peuvent répondre aux besoins de nombreuses entreprises.

- **Mailchimp:**
 - **Points forts:** Interface intuitive, segmentation des listes, automatisations simples, modèles personnalisables.
 - **Limites:** Nombre de contacts et d'envois limités en version gratuite.
- **Sendinblue (Brevo):**
 - **Points forts:** Offre gratuite généreuse, fonctionnalités complètes (SMS, chat, CRM), personnalisation avancée.
 - **Limites:** Certaines fonctionnalités avancées réservées aux offres payantes.
- **MailerLite:**

- **Points forts:** Interface épurée, automatisations visuelles, modèles modernes, intégration avec d'autres outils.
- **Limites:** Nombre de contacts limité en version gratuite.
- **HubSpot Marketing Free:**
 - **Points forts:** Intégré à un CRM gratuit, outils de marketing complets (landing pages, formulaire, etc.), segmentation avancée.
 - **Limites:** Nombre de contacts et d'envois limités.
- **Zoho Campaigns:**
 - **Points forts:** Interface personnalisable, segmentation avancée, intégration avec d'autres outils Zoho.
 - **Limites:** Interface peut sembler complexe pour les débutants.

Critères de choix d'un logiciel d'emailing gratuit

- **Nombre de contacts:** Vérifiez le nombre de contacts maximum autorisé dans la version gratuite.
- **Nombre d'envois:** Assurez-vous que le nombre d'envois mensuels est suffisant pour vos besoins.
- **Fonctionnalités:** Identifiez les fonctionnalités essentielles pour vous (automatisations, segmentation, A/B testing, etc.).
- **Intégrations:** Vérifiez si le logiciel s'intègre avec les autres outils que vous utilisez (CRM, CMS, etc.).
- **Assistance:** L'assistance client est-elle disponible et de qualité ?

Conseils supplémentaires

- **Commencez par un outil simple:** Si vous débutez dans l'email marketing, un outil avec une interface intuitive comme Mailchimp ou MailerLite peut être un bon choix.
- **Évaluez vos besoins:** Identifiez précisément vos besoins en matière d'emailing avant de choisir un outil.
- **Testez plusieurs outils:** Profitez des essais gratuits pour comparer les différentes plateformes.

Les logiciels d'emailing gratuits offrent une excellente alternative pour les petites entreprises et les débutants. En choisissant le bon outil, vous pourrez créer des campagnes d'emailing efficaces et personnalisées sans vous ruiner.

Classement d'après Google

Top10	Brevo	Comseo	monde du mail	PrimWeb	prime web
Hubspot	Brevo	Mailerlite	ActiveTrail	ActiveTrail	Activetrail
Salesforce	Mailchimp	Brevo	Brevo	Brevo	Bravo
Brevo	Mailjet	eTarget	Hubspot	Hubspot	Hubspot
Omnisend	Aweber	Mailchimp	benchmark	etarget	eTarget
constant contact	ActiveTrail	grtresponse	eTarget	Sarbacane	Sarbacane
clickup	Moosend	Mailjet	Moosend	Getresponse	Getresponse
Kaviyo	Kaviyp	Mailkitchen	Sarbacane	Mailjet	Mailjet
semrush	Mailerlite	activeTrail	infomaniak	Benchmark	Benchmaek
Campaigner	Omnisend		Mailjet	Mailerlite	Mailer
			Ziho campagne	Moosend	Moosend
			mailjet	Mailchimp	

6 – 6 – 1 - ActiveTrail : Une Solution Complète pour vos Campagnes d'Emailing

ActiveTrail est un logiciel d'emailing qui offre une gamme complète d'outils pour créer et gérer vos campagnes de marketing par email. Bien qu'il propose une version payante avec des fonctionnalités avancées, sa version gratuite offre déjà un ensemble de fonctionnalités solides pour les petites entreprises et les débutants.

Les Principales Caractéristiques de la Version Gratuite d'ActiveTrail :

- **Création d'emails :**
 - Éditeur d'emails visuels intuitif pour créer des emails professionnels sans code.
 - Large bibliothèque de modèles préconçus.
- **Listes de contacts:**
 - Importation de contacts depuis différents formats (CSV, Excel, etc.).
 - Segmentation des listes pour des campagnes ciblées.
- **Automatisation simple:**
 - Scénarios d'automatisation basiques (emails de bienvenue, anniversaire, etc.).
- **Statistiques de base:**
 - Suivi des taux d'ouverture, de clics et de désabonnements.

Les Avantages d'ActiveTrail en Version Gratuite :

- **Intuitif:** L'interface est simple à prendre en main, même pour les débutants.
- **Complet:** Il offre l'essentiel pour démarrer vos campagnes d'emailing.
- **Gratuit:** Vous pouvez tester la plateforme sans engagement financier.
- **Personnalisation:** Vous pouvez personnaliser vos emails avec des champs dynamiques.

Les Limites de la Version Gratuite :

- **Nombre de contacts limité:** Le nombre de contacts que vous pouvez gérer est généralement restreint.
- **Fonctionnalités limitées:** Certaines fonctionnalités avancées (A/B testing, webinaires, etc.) sont réservées aux offres payantes.

- **Envois limités:** Le nombre d'emails que vous pouvez envoyer par mois est souvent plafonné.

Pour Qui est Fait ActiveTrail en Version Gratuite ?

ActiveTrail est idéal pour :

- **Les débutants:** Qui souhaitent se familiariser avec l'email marketing sans investir dans un outil payant.
- **Les petites entreprises:** Avec une base de contacts réduite et des besoins en automatisation simples.
- **Les associations:** Pour communiquer avec leurs membres.

La version gratuite d'ActiveTrail est une excellente option pour démarrer vos campagnes d'emailing. Elle offre un bon équilibre entre simplicité et fonctionnalités. Cependant, si vos besoins évoluent, vous devrez envisager de passer à une offre payante pour bénéficier de toutes les possibilités de la plateforme.

6 – 6 – 2 - Comparaison d'ActiveTrail avec Mailchimp, Brevo, MailerLite :

Comparer ActiveTrail avec ces trois acteurs majeurs du marché de l'emailing nous permettra de mieux cerner les forces et les faiblesses de chacun, et ainsi d'aider les utilisateurs à faire un choix éclairé.

ActiveTrail vs. Mailchimp, Brevo, MailerLite : Un Tableau Comparatif

Caractéristique	ActiveTrail	Mailchimp	Brevo	MailerLite
Interface	Intuitive, personnalisable	Simple et intuitive	Moderne et épurée	Très intuitive
Fonctionnalités	Automatisations avancées, segmentation fine, A/B testing	Automatisations, landing pages, CRM intégré	Emailing, SMS, chat, CRM intégré	Automatisations visuelles, landing pages, pop-ups
Prix	Abordable, flexibilité des offres	Gratuit pour les petits envois, tarifs compétitifs	Gratuit jusqu'à 9000 emails/mois, tarifs abordables	Gratuit pour les petits envois, tarifs compétitifs
Points forts	Automatisations, personnalisation, support client	Simplicité, notoriété, intégration avec d'autres outils	Tout-en-un (emailing, SMS, chat), gratuit jusqu'à 9000 emails	Interface intuitive, automatisations visuelles
Points faibles	Moins connu que Mailchimp, interface moins épurée que MailerLite	Fonctionnalités avancées payantes, interface moins moderne que Sendinblue	Interface moins personnalisable qu'ActiveTrail	Moins de fonctionnalités avancées que Sendinblue

Analyse Détaillée

- **ActiveTrail** se distingue par ses fonctionnalités d'automatisation avancées et sa personnalisation poussée. Il est idéal pour les entreprises qui souhaitent créer des parcours clients complexes et personnalisés.
- **Mailchimp** est une valeur sûre, appréciée pour sa simplicité et sa large communauté d'utilisateurs. Il est parfait pour les débutants et les petites entreprises.
- Brevo est un véritable couteau suisse du marketing digital, offrant une large gamme de fonctionnalités (emailing, SMS, chat, CRM) à un prix très compétitif.
- **MailerLite** se démarque par son interface intuitive et ses automatisations visuelles, ce qui le rend très facile à prendre en main.

Quel Outil Choisir ?

Le choix du meilleur outil dépendra de vos besoins spécifiques :

- **Si vous cherchez un outil complet avec des automatisations avancées:** ActiveTrail est un excellent choix.
- **Si vous recherchez un outil simple et intuitif:** Mailchimp ou MailerLite sont de bonnes options.
- **Si vous voulez un outil tout-en-un à un prix compétitif:** Brevo est fait pour vous.

Pour vous aider à faire votre choix, je vous conseille de:

- **Évaluer vos besoins:** Quelles sont les fonctionnalités indispensables pour vous ?
- **Comparer les tarifs:** Les offres gratuites sont-elles suffisantes pour vos besoins actuels ?
- **Tester les versions gratuites:** Profitez des essais gratuits pour vous faire une idée de l'interface et des fonctionnalités de chaque outil.
- **Demander l'avis d'autres utilisateurs:** Les avis en ligne peuvent vous aider à vous faire une opinion.

6 – 6 - 3 - eTarget : Une Solution d'Emailing Française et Intuitive

eTarget est une solution d'emailing populaire en France, réputée pour sa simplicité d'utilisation et son efficacité. Bien qu'elle propose des offres payantes avec des fonctionnalités avancées, sa version gratuite offre déjà un ensemble d'outils intéressants pour gérer vos campagnes d'emailing.

Les Principales Caractéristiques de la Version Gratuite d'eTarget :

- **Éditeur d'emails intuitif :** Créez des emails professionnels sans avoir besoin de connaissances en HTML grâce à un éditeur visuel simple et efficace.
- **Modèles personnalisables :** Une large gamme de modèles est mise à votre disposition pour vous aider à démarrer rapidement.
- **Gestion des contacts :** Importez vos listes de contacts et segmentez-les pour des campagnes ciblées.
- **Suivi des campagnes :** Suivez en temps réel les performances de vos campagnes (taux d'ouverture, de clics, etc.).
- **Fonctionnalités avancées (limitées) :** La version gratuite vous donne accès à certaines fonctionnalités avancées comme les tests A/B ou les automatisations simples.

Les Avantages d'eTarget :

- **Solution française :** Support client en français et conformité avec la réglementation française.
- **Simplicité d'utilisation :** L'interface est intuitive et facile à prendre en main.
- **Fonctionnalités complètes :** Même en version gratuite, vous disposez d'un ensemble de fonctionnalités intéressantes.
- **Prix attractif :** La version gratuite offre un bon rapport qualité-prix.

Les Limites de la Version Gratuite :

- **Nombre d'emails limité :** Le nombre d'emails que vous pouvez envoyer par jour est limité.
- **Fonctionnalités restreintes :** Certaines fonctionnalités avancées comme les automatisations complexes ou les webinaires sont réservées aux offres payantes.

Pour Qui est Fait eTarget ?

eTarget est idéal pour :

- **Les petites entreprises:** Qui souhaitent gérer leurs campagnes d'emailing de manière simple et efficace.
- **Les associations:** Pour communiquer avec leurs membres.
- **Les indépendants:** Pour développer leur réseau et fidéliser leurs clients.

eTarget est une solution d'emailing française complète et intuitive, particulièrement adaptée aux besoins des entreprises françaises. Sa version gratuite offre un bon point de départ pour tester la plateforme et découvrir ses fonctionnalités. Si vos besoins évoluent, vous pourrez facilement passer à une offre payante pour bénéficier de fonctionnalités plus avancées.

6 – 6 – 4 -Moosend : Une Solution Simple pour vos Campagnes d'Emailing

Moosend est une plateforme d'email marketing qui a gagné en popularité grâce à son interface intuitive et ses tarifs compétitifs. Bien qu'elle propose des offres payantes avec des fonctionnalités avancées, sa version gratuite offre déjà un ensemble d'outils solides pour gérer vos campagnes d'emailing.

Les Principales Caractéristiques de la Version Gratuite de Moosend :

- **Éditeur d'emails intuitif :** Créez des emails professionnels sans avoir besoin de connaissances en code grâce à un éditeur en glisser-déposer.
- **Modèles personnalisables :** Une large bibliothèque de modèles est mise à votre disposition pour vous aider à démarrer rapidement.
- **Gestion des contacts :** Importez vos listes de contacts et segmentez-les pour des campagnes ciblées.
- **Automatisations simples :** Mettez en place des scénarios d'automatisation basiques (emails de bienvenue, anniversaire, etc.).

- **Suivi des campagnes :** Suivez en temps réel les performances de vos campagnes (taux d'ouverture, de clics, etc.).

Les Avantages de Moosend :

- **Simplicité d'utilisation :** L'interface est très intuitive, ce qui en fait une solution idéale pour les débutants.
- **Rapport qualité-prix :** La version gratuite offre un bon ensemble de fonctionnalités pour un prix très compétitif.
- **Intégration avec d'autres outils :** Moosend s'intègre avec de nombreux outils tiers (CRM, e-commerce, etc.).
- **SMS marketing :** En plus de l'emailing, Moosend vous permet d'envoyer des SMS marketing.

Les Limites de la Version Gratuite :

- **Nombre d'emails limité :** Le nombre d'emails que vous pouvez envoyer par mois est limité.
- **Fonctionnalités restreintes :** Certaines fonctionnalités avancées comme les tests A/B ou les webinaires sont réservées aux offres payantes.

Pour Qui est Fait Moosend ?

Moosend est idéal pour :

- **Les petites entreprises:** Qui souhaitent gérer leurs campagnes d'emailing de manière simple et efficace.
- **Les indépendants:** Pour développer leur réseau et fidéliser leurs clients.
- **Les débutants:** Qui souhaitent se lancer dans l'email marketing sans avoir à investir dans une solution complexe.

Moosend est une solution d'emailing simple, efficace et abordable. Sa version gratuite est parfaite pour les petites entreprises et les débutants qui souhaitent tester l'outil avant de s'engager sur une offre payante. Si vous recherchez une solution complète et personnalisable, vous pourrez toujours passer à une offre supérieure.

En comparant Moosend à d'autres solutions comme Mailchimp, Sendinblue ou ActiveTrail, on peut noter que:

- **Moosend** se distingue par sa simplicité d'utilisation et son interface intuitive.
- **Mailchimp** est plus connu à l'international et offre une large communauté d'utilisateurs.
- **Sendinblue** propose une offre tout-en-un (emailing, SMS, chat) très compétitive.
- **ActiveTrail** se distingue par ses automatisations avancées et sa personnalisation poussée.

Le choix de l'outil dépendra de vos besoins spécifiques.

6 – 6 – 5 - Klaviyo : Un Outil Puissant pour le E-commerce et le Marketing Personnalisé

Klaviyo est une plateforme d'email marketing particulièrement appréciée des e-commerçants en raison de sa capacité à offrir une expérience client hyper-personnalisée. Bien que ses fonctionnalités avancées soient souvent associées à des offres payantes, la version gratuite de Klaviyo offre déjà de solides bases pour commencer à construire des campagnes d'emailing efficaces.

Les Principales Caractéristiques de la Version Gratuite de Klaviyo :

- **Éditeur d'emails intuitif** : Créez des emails professionnels en utilisant un éditeur par glisser-déposer, sans avoir besoin de connaissances en code.
- **Intégration e-commerce** : Klaviyo s'intègre facilement avec de nombreuses plateformes e-commerce (Shopify, Magento, etc.), permettant ainsi de récupérer des données riches sur les comportements d'achat de vos clients.
- **Segmentation avancée** : Segmentez votre liste de contacts en fonction de leurs actions, de leurs achats ou de leurs caractéristiques démographiques pour des campagnes hyper-ciblées.
- **Automatisations basiques** : Mettez en place des scénarios d'automatisation simples comme les emails de bienvenue, les abandons de panier ou les anniversaires.
- **Suivi des performances** : Analysez en détail les performances de vos campagnes grâce à des rapports détaillés.

Les Avantages de Klaviyo :

- **Personnalisation** : Klaviyo excelle dans la personnalisation des emails grâce à l'utilisation de données comportementales.
- **Intégration e-commerce** : Idéal pour les e-commerçants qui souhaitent créer des campagnes ciblées en fonction des comportements d'achat.
- **Analyse avancée** : Les rapports détaillés vous permettent de mesurer l'efficacité de vos campagnes et d'optimiser vos stratégies.

Les Limites de la Version Gratuite :

- **Nombre de contacts limité** : Le nombre de contacts que vous pouvez gérer est généralement restreint.
- **Fonctionnalités restreintes** : Certaines fonctionnalités avancées comme les tests A/B ou les webinaires sont réservées aux offres payantes.
- **Orientation e-commerce** : Bien que Klaviyo soit un excellent outil pour l'e-commerce, il peut être moins adapté à d'autres secteurs d'activité.

Pour Qui est Fait Klaviyo ?

Klaviyo est particulièrement adapté aux :

- **E-commerçants** : Qui souhaitent créer des expériences d'achat personnalisées et augmenter leurs ventes.

- **Marques direct-to-consumer** : Qui souhaitent développer une relation personnalisée avec leurs clients.

Klaviyo est une plateforme d'email marketing puissante et intuitive, particulièrement adaptée aux besoins des e-commerçants. Bien que sa version gratuite soit limitée, elle offre déjà un aperçu des capacités de l'outil. Si vous cherchez à créer des campagnes d'emailing hyper-personnalisées et à augmenter vos ventes en ligne, Klaviyo est une excellente option.

Chapitre 7

cas d'utilisation (exemples)

7 – 1 – e-mailing : un outil indispensable pour votre e-commerce

L'emailing est un canal de communication direct et personnalisé qui permet de nouer une relation privilégiée avec vos clients. Dans le domaine de l'e-commerce, il offre de nombreuses possibilités pour augmenter vos ventes et fidéliser votre clientèle.

Voici quelques cas d'utilisation concrets et des exemples pour illustrer leur efficacité :

1. Onboarding et bienvenue

- **Objectif :** Accueillir les nouveaux clients et les inciter à explorer votre catalogue.
- **Exemple :** Un email de bienvenue avec un code promo de 10% sur leur prochaine commande, une présentation des nouveautés ou un lien vers un guide d'utilisation de votre site.

2. Abandon de panier

- **Objectif :** Récupérer les paniers abandonnés et inciter les clients à finaliser leur achat.
- **Exemple :** Un email rappelant les articles laissés dans le panier, avec une offre limitée dans le temps ou une mise en avant des avantages de l'achat (livraison gratuite, garantie satisfait ou remboursé).

3. Upselling et cross-selling

- **Objectif :** Proposer des produits complémentaires ou de gamme supérieure.
- **Exemple :** Un email suggérant des accessoires compatibles avec le produit acheté, ou des produits similaires à un prix plus élevé.

4. Fidélisation

- **Objectif :** Renforcer la relation client et encourager les achats répétés.
- **Exemple :** Un programme de fidélité avec des récompenses personnalisées, des offres exclusives pour les membres, ou des enquêtes de satisfaction.

5. Relance après achat

- **Objectif :** Encourager les clients à revenir sur votre site et à effectuer un nouvel achat.
- **Exemple :** Un email proposant une réduction sur leur prochain achat, une invitation à découvrir les nouveautés ou un rappel pour laisser un avis sur le produit acheté.

6. Événements spéciaux

- **Objectif :** Communiquer sur les événements spéciaux (soldes, fêtes, nouveautés) et générer du trafic sur votre site.
- **Exemple :** Un email annonçant les soldes d'été avec une sélection de produits à prix réduits, un compte à rebours avant le début des promotions ou un teaser sur les nouveaux produits.

7. Personnalisation

- **Objectif :** Offrir une expérience client personnalisée et augmenter le taux de conversion.
- **Exemple :** Un email proposant des produits en fonction de l'historique d'achat du client, des emails d'anniversaire avec une offre spéciale, ou des recommandations personnalisées basées sur les produits consultés.

8. Segmentation

- **Objectif :** Cibler des segments de clientèle spécifiques avec des messages adaptés.
- **Exemple :** Des emails dédiés aux nouveaux clients, aux clients VIP, ou aux clients ayant un panier moyen élevé.

9. Réengagement

- **Objectif :** Récupérer les clients inactifs.
- **Exemple :** Un email proposant une offre spéciale pour les clients n'ayant pas effectué d'achat depuis plusieurs mois, un sondage pour connaître les raisons de leur désintérêt ou un rappel des avantages d'être client.

10. Marketing de contenu

- **Objectif :** Partager du contenu de valeur pour informer et engager les clients.
- **Exemple :** Un email avec un article de blog sur les tendances de la mode, une recette utilisant les produits vendus sur le site, ou un guide d'achat pour un type de produit spécifique.

L'emailing est un outil puissant pour développer votre activité en ligne. En personnalisant vos messages, en segmentant votre base de données et en automatisant vos campagnes, vous pouvez améliorer significativement votre taux de conversion et renforcer la fidélité de vos clients.

7 – 1 – 1 - Relance de paniers abandonnés : un levier pour votre e-commerce

Le panier abandonné, c'est ce cauchemar que vit tout e-commerçant. Un client ajoute des produits à son panier, mais au moment de finaliser sa commande, il quitte le site sans acheter. C'est une opportunité de vente perdue qu'il est essentiel de récupérer.

L'email de relance de panier abandonné est une solution efficace pour inciter ces clients à revenir sur votre site et à finaliser leur achat.

Pourquoi les clients abandonnent-ils leur panier ?

Plusieurs raisons peuvent expliquer cet abandon :

- **Création d'un compte:** Le processus d'inscription est trop long ou complexe.
- **Frais de port:** Les frais de livraison sont jugés trop élevés.
- **Mode de paiement:** Le mode de paiement souhaité n'est pas proposé.
- **Doute sur le produit:** Le client a besoin de plus d'informations.
- **Simple distraction:** Le client a été interrompu.

Les éléments clés d'un email de relance efficace :

- **Personnalisation:** Utilisez le prénom du client et rappelez-lui les produits qu'il a ajoutés à son panier.
- **Objet accrocheur:** L'objet de votre email doit inciter le client à l'ouvrir (ex : "Vous avez oublié quelque chose ?").
- **Visuel attrayant:** Une image des produits abandonnés peut relancer l'envie d'acheter.
- **Appel à l'action clair:** Utilisez un bouton "Finaliser mon achat" bien visible.
- **Offre incitative:** Proposez une réduction, une livraison gratuite ou un cadeau pour encourager l'achat.
- **Rassurer le client:** Mettez en avant la sécurité de vos paiements et la facilité de retour.

Exemple d'email de relance :

Objet : Vous avez oublié quelque chose ?

Salut [Prénom],

On a remarqué que tu avais ajouté quelques articles à ton panier et que tu n'as pas finalisé ta commande.

On voulait juste te rappeler que ces [produits] t'attendent !

Pour t'aider à te décider, on te propose une réduction de [pourcentage]% sur ta commande.

Clique sur le bouton ci-dessous pour retrouver ton panier et finaliser ton achat :

[Bouton "Finaliser mon achat"]

N'hésite pas si tu as des questions.

À bientôt, [Votre nom] [Votre marque]

Quelques conseils supplémentaires :

- **Envoyez l'email rapidement:** Plus vous envoyez l'email rapidement après l'abandon du panier, plus vous avez de chances de récupérer le client.
- **Testez différents scénarios:** Variez les objets, les visuels et les offres pour trouver ce qui fonctionne le mieux.
- **Segmentez votre base de données:** Envoyez des emails personnalisés en fonction du comportement d'achat de vos clients.
- **Utilisez un outil d'emailing automatisé:** Cela vous permettra de gagner du temps et d'optimiser vos campagnes.

La relance de panier abandonné est une technique marketing incontournable pour les e-commerçants. En suivant ces conseils, vous pourrez augmenter significativement votre taux de conversion et réduire votre taux d'abandon de panier.

7 – 1 – 2 -Campagnes d'emailing de fidélisation

Les campagnes d'emailing de fidélisation sont un outil essentiel pour les e-commerçants souhaitant créer une relation durable avec leurs clients et les inciter à revenir acheter. En offrant une expérience personnalisée et en récompensant leur fidélité, vous pouvez considérablement augmenter votre taux de rétention et votre chiffre d'affaires.

Pourquoi miser sur la fidélisation par email ?

- **Renforcement de la relation client:** Les emails personnalisés créent un lien émotionnel avec le client.
- **Augmentation du panier moyen:** Les clients fidèles sont plus enclins à acheter des produits complémentaires ou de gamme supérieure.
- **Réduction du coût d'acquisition:** Fidéliser un client existant coûte moins cher que d'en acquérir un nouveau.
- **Amélioration de l'image de marque:** Des clients satisfaits recommanderont votre marque à leur entourage.

Stratégies de fidélisation par email

1. **Programme de fidélité:**
 - **Points de fidélité:** Récompensez chaque achat avec des points qui peuvent être échangés contre des réductions ou des cadeaux.
 - **Niveaux de fidélité:** Créez différents niveaux de fidélité avec des avantages exclusifs pour chaque niveau.
 - **Événements spéciaux:** Organisez des événements réservés aux membres de votre programme de fidélité (ventes privées, avant-premières...).
2. **Personnalisation:**
 - **Emails d'anniversaire:** Offrez un cadeau ou une réduction à l'occasion de l'anniversaire de votre client.
 - **Recommandations personnalisées:** Proposez des produits en fonction de l'historique d'achat du client.
 - **Contenu personnalisé:** Adaptez le contenu de vos emails en fonction des intérêts du client.
3. **Contenu exclusif:**
 - **Articles de blog:** Partagez des articles de blog exclusifs avec vos clients les plus fidèles.
 - **Webinaires:** Organisez des webinaires sur des sujets qui intéressent votre cible.
 - **Previews:** Offrez un accès anticipé aux nouveautés ou aux soldes.
4. **Expériences uniques:**
 - **Échantillons gratuits:** Offrez des échantillons de nouveaux produits à vos clients les plus fidèles.
 - **Invitations à des événements:** Invitez vos clients à des événements exclusifs (lancement de produit, soirée VIP...).
5. **Enquêtes de satisfaction:**

- **Collectez les avis de vos clients:** Les enquêtes de satisfaction vous permettent de mieux comprendre leurs besoins et d'améliorer votre offre.
- **Montrez que vous les écoutez:** Prenez en compte leurs retours et mettez en place des actions en conséquence.

Exemples d'emails de fidélisation

- **Email d'anniversaire:** "Joyeux anniversaire [Prénom]! En cadeau, nous vous offrons [réduction] sur votre prochaine commande."
- **Email de remerciement:** "Merci d'être un client fidèle ! Pour vous remercier, nous vous offrons une réduction de [pourcentage] sur votre prochaine commande."
- **Email de relance:** "Cela fait un moment que nous n'avons pas eu de vos nouvelles. Nous vous avons préparé une sélection de produits qui pourraient vous intéresser."

Outils pour mettre en place vos campagnes de fidélisation

- **Plateformes d'emailing:** Mailchimp, Sendinblue, Klaviyo...
- **CRM:** Pour gérer votre base de données clients et personnaliser vos messages.
- **Outils d'analyse:** Pour mesurer l'efficacité de vos campagnes et ajuster votre stratégie.

Les campagnes d'emailing de fidélisation sont un investissement sur le long terme. En offrant une expérience client personnalisée et en récompensant la fidélité, vous pouvez non seulement augmenter vos ventes, mais aussi renforcer votre image de marque et créer une communauté de clients engagés.

7 – 2 - L'emailing B2B : un outil stratégique pour développer vos relations commerciales

L'emailing est un canal de communication incontournable pour les entreprises B2B. Il permet de nouer des relations durables avec vos prospects et clients, de renforcer votre image de marque et de générer des opportunités commerciales.

Quelles sont les spécificités de l'emailing B2B ?

Contrairement au B2C, l'emailing B2B requiert une approche plus personnalisée et stratégique. Les décisions d'achat en B2B sont souvent le fruit d'une réflexion collective et d'un processus plus long. Il est donc essentiel de :

- **Cibler les bons interlocuteurs:** Identifiez précisément les décideurs au sein de l'entreprise cible.
- **Personnaliser au maximum les messages:** Adaptez le contenu de vos emails aux besoins et aux enjeux spécifiques de chaque entreprise.
- **Mettre en avant la valeur ajoutée de votre offre:** Montrez en quoi votre produit ou service répond aux problématiques de vos prospects.
- **Bâtir une relation de confiance:** Soyez à l'écoute de vos interlocuteurs et apportez des réponses pertinentes à leurs questions.

Les principaux cas d'utilisation de l'emailing B2B

- **Prospection:**
 - Envoi de campagnes de prospection ciblées à des entreprises identifiées comme des prospects qualifiés.
 - Organisation d'événements (webinaires, séminaires) et invitation des prospects clés.
- **Fidélisation:**
 - Envoi de newsletters personnalisées avec du contenu pertinent (études de cas, actualités du secteur...).
 - Mise en place de programmes de parrainage ou de fidélité.
 - Organisation d'enquêtes de satisfaction pour recueillir les retours des clients.
- **Relance:**
 - Relance des prospects qui n'ont pas répondu à vos premiers contacts.
 - Relance des clients qui n'ont pas effectué d'achat depuis un certain temps.
- **Communication autour d'un lancement de produit:**
 - Annonce d'un nouveau produit ou d'une nouvelle fonctionnalité.
 - Organisation de démonstrations en ligne.
- **Marketing de contenu:**
 - Diffusion d'articles de blog, de whitepapers ou d'infographies pour positionner votre entreprise en tant qu'expert dans votre domaine.

Les clés d'une campagne emailing B2B réussie

- **Une base de données qualifiée:** Segmentez votre base de contacts en fonction de différents critères (secteur d'activité, taille de l'entreprise, etc.).
- **Un contenu pertinent et personnalisé:** Adaptez le contenu de vos emails aux besoins et aux intérêts de vos destinataires.
- **Un design professionnel:** Optez pour un design sobre et élégant, qui reflète l'image de votre entreprise.
- **Un suivi régulier des résultats:** Analysez les performances de vos campagnes pour affiner votre stratégie.

Les outils indispensables pour mettre en place votre stratégie emailing B2B

- **Une plateforme d'emailing:** Mailchimp, Sendinblue, HubSpot...
- **Un CRM:** Pour gérer votre base de contacts et suivre les interactions avec vos prospects.
- **Un outil d'automatisation du marketing:** Pour automatiser vos campagnes et gagner du temps.

L'emailing est un outil puissant pour développer votre activité B2B. En personnalisant vos messages, en segmentant votre audience et en mesurant les résultats, vous pourrez construire des relations durables avec vos prospects et clients.

7 – 2 – 1 - Construire une base de données B2B qualifiée : un guide complet

Une base de données B2B qualifiée est un actif précieux pour toute entreprise. Elle permet de cibler efficacement vos prospects, d'optimiser vos campagnes marketing et d'augmenter votre taux de conversion. Voici comment construire une base de données de qualité :

1. Définir votre cible idéale

- **Persona:** Créez un profil détaillé de votre client idéal en identifiant ses caractéristiques (poste, secteur, taille de l'entreprise, défis, objectifs...).
- **Critères de qualification:** Définissez les critères qui feront d'un prospect un client potentiel (budget, décisionnaire, besoin spécifique...).

2. Les sources de données B2B

- **Données internes:**
 - CRM : Exploitez les informations sur vos clients existants pour identifier des prospects similaires.
 - Historique des contacts : Récupérez les coordonnées des participants à vos événements, webinaires, etc.
 - Formulaire de contact : Collectez les données de vos visiteurs de site web.
- **Données externes:**
 - **Plateformes de prospection:** LinkedIn Sales Navigator, ZoomInfo, Lusha, etc.
 - **Réseaux sociaux:** LinkedIn, Twitter, etc.
 - **Annuaire d'entreprises:** Pages Jaunes, Manta, etc.
 - **Événements sectoriels:** Salons, conférences, etc.
 - **Partenariats:** Collaborez avec d'autres entreprises pour échanger des bases de données.

3. Les étapes de construction

- **Recherche et collecte:** Utilisez les sources identifiées pour collecter des données sur vos prospects potentiels.
- **Enrichissement:** Complétez les informations manquantes (email, numéro de téléphone, poste, etc.) en utilisant des outils d'enrichissement de données.
- **Nettoyage:** Supprimez les doublons, les données erronées et les contacts inactifs.
- **Segmentation:** Divisez votre base de données en segments plus petits en fonction de critères pertinents (secteur, taille, intérêt, etc.).

4. Qualifier les données

- **Vérification des informations:** Assurez-vous que les données sont exactes et à jour.
- **Scoring:** Attribuez un score à chaque prospect en fonction de sa qualité et de sa pertinence.
- **Enrichissement sémantique:** Analysez le contenu des sites web des entreprises pour identifier leurs besoins et leurs projets.

Conseils supplémentaires

- **Consentement:** Respectez la réglementation en matière de protection des données et obtenez le consentement de vos prospects avant de les contacter.
- **Mise à jour régulière:** Maintenez votre base de données à jour pour garantir sa pertinence.
- **Outils d'automatisation:** Utilisez des outils pour automatiser les tâches de collecte, de nettoyage et d'enrichissement des données.
- **Intégration avec votre CRM:** Synchronisez votre base de données avec votre CRM pour une gestion efficace des contacts.

Exemple de critères de qualification pour une entreprise B2B dans le secteur de la technologie:

- Taille de l'entreprise (nombre d'employés)
- Secteur d'activité
- Technologie utilisée
- Budget informatique annuel
- Projets en cours
- Décisionnaire informatique

Construire une base de données B2B qualifiée demande du temps et des ressources, mais c'est un investissement essentiel pour le succès de vos actions commerciales. En suivant ces étapes et en utilisant les bons outils, vous pourrez disposer d'une base de données solide pour cibler efficacement vos prospects et augmenter votre taux de conversion.

7 – 2 – 2 - L'emailing B2B : un levier puissant pour générer des leads qualifiés

L'emailing est un outil incontournable pour les entreprises B2B souhaitant développer leur portefeuille clients. En permettant une communication personnalisée et ciblée, il s'avère particulièrement efficace pour générer des leads qualifiés et nourrir les relations commerciales.

Pourquoi l'emailing est-il si efficace pour générer des leads B2B ?

- **Personnalisation:** Chaque email peut être adapté à un destinataire spécifique, augmentant ainsi le taux d'ouverture et de clic.
- **Ciblage précis:** Grâce à une segmentation fine de votre base de données, vous pouvez toucher les bonnes personnes avec les bons messages.
- **Mesurabilité:** Les outils d'emailing permettent de suivre en temps réel les performances de vos campagnes et d'ajuster votre stratégie en conséquence.
- **Coût-efficacité:** L'emailing est un canal de communication relativement peu coûteux comparé à d'autres canaux marketing.

Les étapes clés pour une campagne de génération de leads B2B réussie

1. **Construction d'une base de données qualifiée:**
 - **Collecte de données:** Utilisez des formulaires sur votre site web, des événements, des partenariats ou des achats d'annuaires pour constituer votre base.
 - **Enrichissement:** Enrichissez vos données avec des informations supplémentaires (fonction, entreprise, secteur d'activité) pour personnaliser vos messages.
 - **Segmentation:** Segmentez votre base en fonction de critères pertinents pour votre offre (taille de l'entreprise, secteur, besoins spécifiques).
2. **Création de contenus engageants:**
 - **Webinaires:** Organisez des webinaires sur des sujets d'actualité pour attirer de nouveaux prospects.
 - **Ebooks et whitepapers:** Proposez du contenu riche et gratuit en échange d'informations de contact.
 - **Études de cas:** Mettez en avant les réussites de vos clients pour renforcer votre crédibilité.

- **Newsletters:** Envoyez régulièrement des newsletters avec des actualités du secteur, des conseils et des offres promotionnelles.
- 3. **Conception d'emails percutants:**
 - **Objet accrocheur:** L'objet de votre email doit inciter le destinataire à l'ouvrir.
 - **Contenu concis et clair:** Mettez en avant les bénéfices de votre offre et utilisez un langage simple et direct.
 - **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez du destinataire (télécharger un ebook, s'inscrire à un webinaire, demander une démo).
- 4. **Suivi et optimisation:**
 - **Taux d'ouverture:** Mesurez le taux d'ouverture de vos emails pour évaluer l'efficacité de vos sujets et de votre envoi.
 - **Taux de clic:** Analysez les liens sur lesquels les destinataires cliquent pour comprendre leurs centres d'intérêt.
 - **Taux de conversion:** Suivez le nombre de leads générés par vos campagnes.

Exemple de scénario de génération de leads B2B

1. **Création d'un ebook gratuit** sur un sujet d'actualité dans votre secteur.
2. **Promotion de l'ebook** sur les réseaux sociaux, votre site web et par email à votre base de contacts existants.
3. **Création d'une page de destination** où les prospects peuvent télécharger l'ebook en échange de leurs coordonnées.
4. **Envoi d'une série d'emails de nurturing** pour qualifier les leads et les convertir en clients.

L'emailing B2B est un outil puissant pour générer des leads qualifiés et développer votre activité. En suivant ces conseils et en personnalisant vos campagnes, vous augmenterez significativement vos chances de succès.

7 -2 -3- L'emailing B2B au service des campagnes de vente

L'emailing est un canal de communication essentiel pour les entreprises B2B souhaitant stimuler leurs ventes. Il permet d'établir une relation personnalisée avec les prospects et les clients, de les informer sur les nouveautés et les offres promotionnelles, et de les guider vers la conversion.

Les objectifs des campagnes emailing B2B axées sur la vente

- **Générer des leads qualifiés:** Identifier les prospects les plus susceptibles d'être intéressés par votre offre.
- **Accélérer le cycle de vente:** Raccourcir le délai entre le premier contact et la signature du contrat.
- **Augmenter le taux de conversion:** Transformer un plus grand nombre de prospects en clients.
- **Fidéliser la clientèle existante:** Encourager les clients à renouveler leur achat et à recommander vos produits ou services.

Les différents types de campagnes emailing B2B pour la vente

- **Campagnes de lancement de produit:** Annoncez vos nouveaux produits ou services à vos prospects et clients.
- **Campagnes promotionnelles:** Proposez des offres spéciales, des réductions ou des cadeaux pour inciter à l'achat.
- **Campagnes de relance:** Relancez les prospects qui ont manifesté un intérêt initial mais qui n'ont pas encore acheté.
- **Campagnes de cross-selling et d'upselling:** Proposez des produits ou services complémentaires à vos clients existants.

Les clés d'une campagne emailing B2B réussie pour la vente

- **Segmentation précise:** Divisez votre base de données en segments homogènes pour personnaliser vos messages.
- **Personnalisation maximale:** Utilisez les données de vos prospects pour créer des emails sur-mesure.
- **Offre irrésistible:** Proposez une offre qui répond aux besoins et aux attentes de vos prospects.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez du destinataire (cliquer sur un bouton, remplir un formulaire, etc.).
- **Suivi et optimisation:** Analysez les résultats de vos campagnes pour améliorer votre stratégie.

Exemple de scénario de campagne emailing B2B pour la vente

1. **Identification des prospects qualifiés:** Grâce à votre CRM, identifiez les prospects qui ont manifesté un intérêt pour un produit ou un service spécifique.
2. **Création d'un email personnalisé:** Mettez en avant les bénéfices du produit, proposez une démonstration personnalisée et ajoutez un code promo exclusif.
3. **Suivi:** Envoyez un email de relance quelques jours plus tard si le prospect n'a pas répondu.
4. **Proposition d'un appel:** Proposez un appel avec un commercial pour répondre à toutes ses questions.

Les outils indispensables pour mettre en place vos campagnes emailing B2B

- **Une plateforme d'emailing:** Mailchimp, Sendinblue, HubSpot...
- **Un CRM:** Pour gérer votre base de données clients et suivre les interactions avec vos prospects.
- **Un outil d'automatisation du marketing:** Pour automatiser vos campagnes et gagner du temps.

L'emailing B2B est un outil puissant pour générer des leads qualifiés et stimuler vos ventes. En personnalisant vos messages, en segmentant votre audience et en suivant les performances de vos campagnes, vous pourrez atteindre vos objectifs commerciaux.

7 -2 -4 - L'emailing B2B : un outil clé pour le nurturing

Le nurturing, ou accompagnement des prospects, est une étape cruciale dans le parcours d'achat B2B. L'emailing est un canal idéal pour mettre en œuvre cette stratégie et transformer vos prospects en clients.

Le nurturing par email : qu'est-ce que c'est ?

Le nurturing consiste à nourrir la relation avec vos prospects en leur envoyant régulièrement du contenu pertinent et personnalisé. L'objectif est de les éduquer sur votre produit ou service, de répondre à leurs questions et de les guider progressivement vers l'achat.

Pourquoi utiliser l'emailing pour le nurturing ?

- **Personnalisation:** Vous pouvez adapter le contenu de vos emails en fonction des intérêts et du comportement de chaque prospect.
- **Scalabilité:** L'emailing permet de toucher un grand nombre de prospects de manière automatisée.
- **Mesurabilité:** Les outils d'emailing vous permettent de suivre les performances de vos campagnes et d'ajuster votre stratégie en conséquence.
- **Coût-efficacité:** L'emailing est un canal de communication relativement peu coûteux.

Les étapes d'une campagne de nurturing efficace

1. **Segmentation de votre base de données:** Divisez vos prospects en segments en fonction de leurs caractéristiques (secteur d'activité, taille de l'entreprise, centres d'intérêt, etc.).
2. **Création de parcours de nurturing personnalisés:** Définissez différents parcours en fonction des profils de vos prospects et des étapes du cycle de vente.
3. **Production de contenu de qualité:** Proposez du contenu pertinent et informatif (whitepapers, ebooks, études de cas, webinaires) pour répondre aux besoins de vos prospects.
4. **Automatisation des campagnes:** Utilisez un outil d'email marketing pour automatiser l'envoi de vos emails et gagner en efficacité.
5. **Suivi et optimisation:** Analysez les performances de vos campagnes pour identifier les éléments à améliorer.

Exemple de parcours de nurturing

- **Phase de découverte:** Envoi d'un ebook sur les tendances du marché, invitation à un webinaire.
- **Phase d'intérêt:** Envoi d'études de cas démontrant l'efficacité de votre solution, proposition d'une démonstration personnalisée.
- **Phase de décision:** Envoi d'une offre spéciale, mise en avant des témoignages clients, relance personnalisée.

L'emailing peut également être utilisé pour soutenir vos campagnes de vente :

- **Lancement de nouveaux produits:** Annoncez vos nouveaux produits à vos prospects qualifiés.
- **Offres promotionnelles:** Proposez des offres spéciales à durée limitée pour inciter à l'achat.
- **Relance après un événement:** Envoyez un email de remerciement après un salon ou un webinaire et proposez un rendez-vous de suivi.

Les clés d'une campagne emailing B2B réussie

- **Personnalisation:** Utilisez les données de vos prospects pour personnaliser chaque email.
- **Pertinence:** Assurez-vous que le contenu de vos emails est pertinent pour vos destinataires.
- **Clarté:** Soyez concis et clair dans vos messages.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez du destinataire.
- **Suivi régulier:** Analysez les performances de vos campagnes et ajustez votre stratégie en conséquence.

L'emailing est un outil puissant pour nourrir vos prospects et les convertir en clients. En personnalisant vos messages et en proposant du contenu de qualité, vous pouvez construire des relations durables et renforcer votre image de marque.

7 – 2 – 5 - Personnaliser vos emails B2B à grande échelle

La personnalisation est devenue un élément incontournable dans le marketing B2B. Elle permet de créer une relation plus authentique avec vos prospects et d'augmenter significativement votre taux de conversion. Mais comment personnaliser des milliers d'emails sans y passer un temps infini ? Voici quelques stratégies pour vous aider à atteindre cet objectif.

1. Segmentation avancée de votre base de données

- **Critères de segmentation :** Divisez votre base de données en segments plus précis en fonction de critères tels que le secteur d'activité, la taille de l'entreprise, le poste, les intérêts, les comportements d'achat, etc.
- **Personnalisation du contenu :** Adaptez le contenu de vos emails en fonction de chaque segment pour répondre à leurs besoins spécifiques.

2. Utilisation de champs dynamiques

- **Intégration des données:** Liez votre logiciel d'emailing à votre CRM pour récupérer des informations personnalisées sur chaque contact (nom, entreprise, dernières interactions, etc.).
- **Personnalisation automatique:** Utilisez des champs dynamiques pour insérer ces informations directement dans vos emails.

3. Scénarios d'emailing automatisés

- **Parcours client personnalisés:** Créez des parcours d'emailing automatisés adaptés à chaque étape du cycle de vente.
- **Triggers:** Déclenchez des emails en fonction d'événements spécifiques (téléchargement d'un contenu, visite d'une page, achat, etc.).

4. Personnalisation du contenu en fonction des interactions

- **Recommandations personnalisées:** Proposez des contenus (articles de blog, webinaires, études de cas) en fonction des intérêts de chaque prospect.
- **Offres spéciales:** Envoyez des offres personnalisées en fonction de leur historique d'achat ou de leurs interactions avec votre marque.

5. Personnalisation au niveau de l'objet

- **Objet dynamique:** Utilisez des champs dynamiques pour personnaliser l'objet de vos emails.
- **Objet percutant:** Créez des objets qui suscitent la curiosité et donnent envie d'ouvrir l'email.

Outils pour vous aider à personnaliser à grande échelle:

- **Logiciels d'emailing:** Mailchimp, HubSpot, Sendinblue, etc.
- **CRM:** Salesforce, Zoho CRM, etc.
- **Plateformes de marketing automation:** Pardot, Marketo, etc.

Exemples de personnalisation

- "Bonjour [Prénom], j'ai vu que vous travaillez chez [Entreprise] et que vous êtes intéressé par [Thème]. Voici un article qui pourrait vous intéresser..."
- "Félicitations pour votre récente promotion chez [Entreprise] ! Je suis sûr que notre solution peut vous aider à relever les défis de votre nouveau poste."
- "En tant que [Poste] chez [Secteur], vous savez à quel point il est important de [Problème]. Découvrez comment notre produit peut vous aider à [Solution]."

La personnalisation à grande échelle est possible grâce à une bonne segmentation de votre base de données, à l'utilisation de champs dynamiques et à des scénarios d'emailing automatisés. En personnalisant vos messages, vous créez une expérience client plus personnalisée et augmenterez votre taux de conversion.

7 – 3 - L'emailing au service des associations :

L'emailing est un outil de communication incontournable pour les associations. Il permet de maintenir un lien régulier avec les membres, de collecter des fonds, de promouvoir les événements et de sensibiliser le public à une cause.

Pourquoi l'emailing est-il efficace pour les associations ?

- **Personnalisation:** Vous pouvez adresser des messages ciblés à différents segments de votre audience (membres, donateurs, bénévoles).
- **Coût réduit:** L'emailing est un canal de communication économique par rapport à d'autres moyens (affranchissement, impression).
- **Mesurabilité:** Vous pouvez suivre les performances de vos campagnes et ajuster votre stratégie en conséquence.
- **Rapidité:** Vous pouvez diffuser rapidement de l'information à un large public.

Les différents types de campagnes emailing pour les associations

- **Newsletter:** Pour informer régulièrement les membres des actualités de l'association, de ses projets et de ses événements.
- **Appel aux dons:** Pour lancer des campagnes de financement et inciter les donateurs à contribuer.

- **Invitation à des événements:** Pour promouvoir les événements organisés par l'association (conférences, assemblées générales, etc.).
- **Enquête de satisfaction:** Pour recueillir les avis des membres et améliorer les services proposés.
- **Communication de crise:** Pour informer rapidement les membres en cas d'événement important ou d'urgence.

Les clés d'une campagne emailing réussie pour une association

- **Base de données qualifiée:** Assurez-vous que votre liste de contacts est à jour et segmentée en fonction des centres d'intérêt de vos membres.
- **Contenu pertinent:** Proposez un contenu intéressant et utile pour vos destinataires.
- **Visuel attrayant:** Utilisez des images et des graphiques pour rendre vos emails plus visuels.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez de vos destinataires (cliquer sur un lien, faire un don, s'inscrire à un événement).
- **Suivi des résultats:** Analysez les performances de vos campagnes pour améliorer vos prochaines actions.

Exemples de scénarios d'emailing pour une association

- **Lancement d'une nouvelle campagne:** "Rejoignez-nous pour [projet] ! Votre soutien est essentiel."
- **Invitation à un événement:** "Ne manquez pas notre soirée de gala le [date] ! Réservez dès maintenant."
- **Remerciement pour un don:** "Merci pour votre généreux don ! Grâce à vous, nous pouvons [impact de votre action]."
- **Enquête de satisfaction:** "Votre avis nous intéresse ! Participez à notre enquête pour nous aider à améliorer nos services."

Les outils indispensables pour mettre en place vos campagnes emailing

- **Une plateforme d'emailing:** Mailchimp, Sendinblue, HubSpot...
- **Un CRM:** Pour gérer votre base de contacts et suivre les interactions avec vos membres.

L'emailing est un outil puissant pour les associations qui souhaitent renforcer leur communication et mobiliser leurs membres. En personnalisant vos messages, en proposant un contenu pertinent et en suivant les performances de vos campagnes, vous pourrez atteindre vos objectifs et développer votre communauté.

7 – 3 – 1 - L'emailing : un outil indispensable pour communiquer avec les membres d'une association

L'emailing est devenu un canal de communication incontournable pour les associations. Il permet de maintenir un lien régulier avec les membres, de les informer des activités, des événements à venir, et de renforcer le sentiment d'appartenance à la communauté.

Pourquoi privilégier l'emailing pour communiquer avec les membres ?

- **Personnalisation:** Chaque membre peut recevoir des messages adaptés à ses centres d'intérêt.
- **Coût réduit:** L'envoi d'emails est beaucoup plus économique que l'envoi de courriers postaux.
- **Rapidité:** L'information circule plus vite et atteint un large public en un temps record.
- **Mesurabilité:** Les outils d'emailing permettent de suivre les taux d'ouverture, de clic et de désabonnement pour ajuster la stratégie.

Les différents types de campagnes emailing pour les associations

- **Newsletter:** Pour informer régulièrement les membres des activités de l'association, des événements à venir, des projets en cours, etc.
- **Invitations:** Pour inviter les membres à des événements (réunions, assemblées générales, soirées thématiques).
- **Appel à participation:** Pour solliciter les membres pour des actions bénévoles, des collectes de fonds ou des événements.
- **Enquêtes de satisfaction:** Pour recueillir les avis des membres sur les activités de l'association et améliorer les services proposés.
- **Communication de crise:** Pour informer rapidement les membres en cas d'événement important ou d'urgence.

Les clés d'une communication efficace par email

- **Base de données qualifiée:** Assurez-vous que votre liste de contacts est à jour et segmentée (centres d'intérêt, date d'adhésion, etc.).
- **Contenu pertinent:** Proposez un contenu varié et adapté aux attentes de vos membres.
- **Visuel attrayant:** Utilisez des images et des graphiques pour rendre vos emails plus agréables à lire.
- **Appel à l'action clair:** Indiquez clairement ce que vous attendez de vos membres (cliquer sur un lien, s'inscrire, faire un don).
- **Personnalisation:** Utilisez les prénoms et adressez-vous à vos membres de manière personnalisée.
- **Fréquence adaptée:** Envoyez des emails régulièrement, mais sans être intrusif.
- **Suivi des résultats:** Analysez les statistiques de vos campagnes pour améliorer votre stratégie.

Exemples de sujets d'emails pour une association

- **[Nom de l'association] :** Découvrez notre nouveau projet !
- **[Nom de l'association] :** Vous êtes invité(e) à notre soirée annuelle !
- **[Nom de l'association] :** Votre avis nous intéresse ! Répondez à notre enquête.
- **[Nom de l'association] :** Merci pour votre soutien !

L'emailing est un outil puissant pour renforcer le lien entre votre association et ses membres. En personnalisant vos messages, en proposant un contenu pertinent et en suivant les résultats de vos campagnes, vous contribuerez à la réussite de votre association.

7 - 3 – 2 - L'emailing au service de la collecte de fonds pour les associations

L'emailing est un outil formidable pour les associations souhaitant récolter des fonds. Il permet de toucher un large public de manière personnalisée et de solliciter des dons de manière régulière.

Pourquoi utiliser l'emailing pour la collecte de fonds ?

- **Ciblage précis:** Vous pouvez segmenter votre base de données pour cibler des donateurs potentiels en fonction de leurs centres d'intérêt, de leurs historiques de dons, etc.
- **Personnalisation:** Chaque email peut être adapté à un destinataire spécifique, ce qui renforce l'impact du message.
- **Coût réduit:** L'emailing est un moyen de communication économique comparé à l'envoi postal.
- **Mesurabilité:** Les outils d'emailing permettent de suivre les performances de vos campagnes et d'ajuster votre stratégie en conséquence.
- **Rapidité:** Vous pouvez lancer des campagnes de collecte de fonds rapidement et à grande échelle.

Les différents types de campagnes emailing pour la collecte de fonds

- **Appel à dons général:** Pour une collecte de fonds régulière ou ponctuelle.
- **Appel à dons pour un projet spécifique:** Pour financer un projet précis (achat de matériel, organisation d'un événement).
- **Match funding:** Lorsque un donateur s'engage à doubler les dons reçus jusqu'à un certain montant.
- **Témoignages:** Mettre en avant les impacts des dons grâce à des témoignages de bénéficiaires.
- **Remerciements:** Pour remercier les donateurs et les inciter à renouveler leur don.

Les clés d'une campagne emailing de collecte de fonds réussie

- **Objet accrocheur:** L'objet de votre email doit inciter le destinataire à l'ouvrir.
- **Contenu clair et concis:** Expliquez clairement l'objectif de votre collecte, l'impact des dons et l'urgence d'agir.
- **Appel à l'action fort:** Indiquez clairement le geste que vous attendez de votre destinataire (cliquer sur un bouton pour faire un don, partager l'email, etc.).
- **Faciliter le don:** Mettez en place un système de don en ligne simple et sécurisé.
- **Personnalisation:** Utilisez les prénoms, les centres d'intérêt et l'historique de don de chaque contact.
- **Suivi régulier:** Analysez les résultats de vos campagnes pour améliorer vos prochaines actions.

Exemples de sujets d'emails pour une collecte de fonds

- "Votre don peut changer une vie ! Soutenez notre projet [projet] aujourd'hui."
- "Doublez l'impact de votre don grâce à notre campagne de match funding !"
- "Découvrez comment votre don a permis de [résultat positif] !"

Outils pour mettre en place vos campagnes emailing

- **Plateformes d'emailing:** Mailchimp, Sendinblue, HubSpot...
- **Plateformes de collecte de fonds en ligne:** HelloAsso, KissKissBankBank...
- **CRM:** Pour gérer votre base de donateurs et suivre leurs interactions.

L'emailing est un outil puissant pour mobiliser les donateurs et financer les projets de votre association. En personnalisant vos messages, en proposant un contenu pertinent et en facilitant le don, vous augmenterez vos chances de succès.

7 – 3 – 3 - Construire une base de donateurs qualifiée

Une base de donateurs qualifiée est l'actif le plus précieux d'une association. Elle vous permet de cibler vos messages, d'optimiser vos campagnes de collecte de fonds et de renforcer le lien avec vos donateurs.

Pourquoi une base de donateurs qualifiée est-elle essentielle ?

- **Personnalisation:** Vous pouvez adapter vos messages en fonction des centres d'intérêt et de l'historique de don de chaque individu.
- **Efficacité:** Vous évitez de solliciter des personnes peu susceptibles de donner et vous concentrez sur celles qui sont les plus engagées.
- **Meilleur retour sur investissement:** En ciblant les bons publics, vous maximisez le taux de réponse à vos campagnes.

Comment construire une base de donateurs qualifiée ?

1. **Collecte de données:**
 - **Événements:** Lors de vos événements, utilisez des formulaires d'inscription pour collecter les coordonnées des participants.
 - **Formulaires en ligne:** Proposez des formulaires sur votre site web pour permettre aux visiteurs de s'inscrire à votre newsletter ou de faire un don.
 - **Partenariats:** Collaborez avec d'autres organisations pour échanger des bases de données.
 - **Réseaux sociaux:** Utilisez vos réseaux sociaux pour inciter les internautes à s'inscrire à votre newsletter.
2. **Enrichissement des données:**
 - **Informations complémentaires:** Collectez des informations sur les centres d'intérêt, les motivations à donner, la fréquence des dons, etc.
 - **Segmentation:** Classez vos contacts en segments (ex : donateurs réguliers, donateurs ponctuels, sympathisants).
3. **Qualité des données:**
 - **Vérification:** Assurez-vous que les informations sont correctes et à jour.
 - **Consentement:** Respectez la réglementation en vigueur en matière de protection des données et obtenez le consentement de chaque personne avant de l'ajouter à votre base.
4. **Outils de gestion:**
 - **CRM:** Utilisez un outil de gestion de la relation client pour centraliser toutes les informations sur vos donateurs.

- **Plateforme d'emailing:** Choisissez une plateforme qui vous permet de segmenter votre base de données et de personnaliser vos campagnes.

Quelles informations collecter ?

- **Informations de contact:** Nom, prénom, adresse postale, email, téléphone.
- **Centre d'intérêt:** Les causes qui les intéressent particulièrement.
- **Historique de don:** Montant des dons, fréquence, mode de paiement.
- **Mode de communication préféré:** Email, courrier postal, téléphone.

Conseils supplémentaires

- **Soyez transparent:** Expliquez clairement comment les données seront utilisées.
- **Proposez des incitations:** Offrez des contreparties pour inciter les personnes à s'inscrire (ex : accès à des contenus exclusifs, invitations à des événements).
- **Soyez régulier:** Envoyez régulièrement des communications pour maintenir le lien avec vos donateurs.
- **Mesurez vos résultats:** Analysez les performances de vos campagnes pour améliorer votre stratégie.

Une base de donateurs qualifiée est un atout indispensable pour le succès de vos campagnes de collecte de fonds. En suivant ces conseils, vous pourrez construire une relation durable avec vos donateurs et augmenter votre capacité à mobiliser des fonds pour vos projets.

Chapitre 8

Conclusions

1 - Conseils pour mettre en place une stratégie d'emailing efficace dans tous les secteurs

L'emailing est un outil marketing puissant et polyvalent, applicable à tous les secteurs d'activité. Pour maximiser son impact, il est essentiel de mettre en place une stratégie bien définie. Voici quelques conseils clés :

1. Définissez vos objectifs

- **Soyez clair et précis:** Que souhaitez-vous accomplir avec vos campagnes d'emailing ? Augmenter les ventes, améliorer la notoriété de votre marque, fidéliser vos clients, générer du trafic sur votre site web ?
- **Mesurez ce qui compte:** Choisissez des indicateurs clés de performance (KPI) qui vous permettront de suivre l'évolution de vos campagnes (taux d'ouverture, de clic, de conversion, etc.).

2. Construisez une base de données de qualité

- **Collectez les données avec soin:** Mettez en place des formulaires d'inscription clairs et concis sur votre site web, lors d'événements ou en magasin.
- **Segmentez votre liste:** Divisez votre base de données en segments plus petits en fonction des centres d'intérêt, des comportements d'achat ou des données démographiques.
- **Nettoyez régulièrement votre liste:** Supprimez les adresses invalides ou inactives pour améliorer la délivrabilité de vos emails.

3. Créez du contenu pertinent et personnalisé

- **Adaptez le contenu à votre audience:** Proposez des offres et des messages qui répondent aux besoins et aux attentes de vos destinataires.
- **Utilisez un langage clair et concis:** Évitez le jargon technique et les phrases trop longues.
- **Personnalisez vos emails:** Utilisez les noms, les prénoms et d'autres informations personnelles pour créer un lien plus fort avec vos destinataires.

4. Soignez la conception de vos emails

- **Optez pour un design simple et épuré:** Facilitez la lecture et la compréhension de vos messages.
- **Utilisez des images de qualité:** Les visuels attirent l'attention et améliorent l'engagement.
- **Assurez-vous de la compatibilité avec tous les clients de messagerie:** Testez vos emails sur différents appareils et navigateurs.

5. Optimisez vos envois

- **Choisissez le bon moment:** Envoyez vos emails aux heures où vos destinataires sont le plus susceptibles de les ouvrir.
- **Testez différents sujets et contenus:** Utilisez l'A/B testing pour identifier ce qui fonctionne le mieux.
- **Suivez les statistiques:** Analysez les résultats de vos campagnes pour améliorer vos prochaines actions.

6. Respectez la vie privée

- **Soyez transparent:** Informez vos abonnés sur la manière dont vous utilisez leurs données.
- **Facilitez le désabonnement:** Incluez un lien de désabonnement dans tous vos emails.
- **Respectez les réglementations en vigueur:** RGPD, CAN-SPAM, etc.

7. Utilisez un logiciel d'emailing professionnel

- **Choisissez un outil adapté à vos besoins:** De nombreuses solutions existent sur le marché, avec des fonctionnalités variées.
- **Profitez des fonctionnalités avancées:** Automatisation, segmentation, analyse de données, etc.

L'emailing est un outil marketing puissant qui, lorsqu'il est bien utilisé, peut générer d'excellents résultats. En suivant ces conseils et en adaptant votre stratégie à votre secteur d'activité, vous pourrez développer une relation durable avec vos clients et prospects.

2 - Les avantages clés de l'utilisation d'un logiciel d'emailing : une solution universelle pour tous les secteurs

L'emailing, bien qu'étant un outil de communication ancien, reste aujourd'hui l'un des plus efficaces pour atteindre un large public. Les logiciels d'emailing ont considérablement évolué, offrant des fonctionnalités avancées qui en font un outil indispensable pour les entreprises de tous les secteurs.

Pourquoi tous les secteurs devraient adopter un logiciel d'emailing ?

- **Personnalisation à grande échelle:** Que vous soyez dans le B2B ou le B2C, la personnalisation est la clé de l'engagement. Les logiciels d'emailing permettent d'adapter vos messages en fonction des comportements, des intérêts et des données démographiques de chaque destinataire.
- **Automatisation des campagnes:** Gain de temps et d'efficacité garantis ! Les logiciels d'emailing permettent d'automatiser des tâches répétitives comme l'envoi de newsletters, de vœux ou de relances.

- **Suivi des performances:** Grâce aux statistiques détaillées fournies par ces outils, vous pouvez mesurer l'efficacité de vos campagnes et ajuster votre stratégie en conséquence.
- **Segmentation précise:** Divisez votre base de données en segments pour cibler des publics spécifiques avec des messages adaptés.
- **Intégration avec d'autres outils:** Les logiciels d'emailing s'intègrent facilement avec d'autres outils marketing (CRM, CMS, etc.) pour une vision globale de vos campagnes.
- **Conformité réglementaire:** Respectez les réglementations en vigueur (RGPD, CAN-SPAM, etc.) grâce aux fonctionnalités de gestion des désabonnements et de suivi du consentement.

Les bénéfices spécifiques à chaque secteur:

- **Commerce:** Personnaliser les offres, fidéliser les clients, augmenter le panier moyen.
- **Associations:** Mobiliser les membres, collecter des fonds, communiquer sur les événements.
- **Immobilier:** Cibler des prospects qualifiés, envoyer des alertes sur les nouveaux biens, entretenir la relation client.
- **Santé:** Informer les patients, gérer les rendez-vous, envoyer des rappels de médicaments.

L'emailing est un outil puissant qui s'adapte à tous les secteurs d'activité. Il permet d'améliorer la communication, d'augmenter l'engagement et de générer du business. En choisissant le bon logiciel d'emailing et en mettant en place une stratégie pertinente, vous pourrez tirer pleinement parti de cet outil.

3 - Conseils pour mettre en place une stratégie d'emailing efficace

L'emailing est un outil marketing puissant et polyvalent, applicable à tous les secteurs d'activité. Pour maximiser son impact, il est essentiel de mettre en place une stratégie bien définie. Voici quelques conseils clés :

1. Définissez vos objectifs

- **Soyez clair et précis:** Que souhaitez-vous accomplir avec vos campagnes d'emailing ? Augmenter les ventes, améliorer la notoriété de votre marque, fidéliser vos clients, générer du trafic sur votre site web ?
- **Mesurez ce qui compte:** Choisissez des indicateurs clés de performance (KPI) qui vous permettront de suivre l'évolution de vos campagnes (taux d'ouverture, de clic, de conversion, etc.).

2. Construisez une base de données de qualité

- **Collectez les données avec soin:** Mettez en place des formulaires d'inscription clairs et concis sur votre site web, lors d'événements ou en magasin.

- **Segmentez votre liste:** Divisez votre base de données en segments plus petits en fonction des centres d'intérêt, des comportements d'achat ou des données démographiques.
- **Nettoyez régulièrement votre liste:** Supprimez les adresses invalides ou inactives pour améliorer la délivrabilité de vos emails.

3. Créez du contenu pertinent et personnalisé

- **Adaptez le contenu à votre audience:** Proposez des offres et des messages qui répondent aux besoins et aux attentes de vos destinataires.
- **Utilisez un langage clair et concis:** Évitez le jargon technique et les phrases trop longues.
- **Personnalisez vos emails:** Utilisez les noms, les prénoms et d'autres informations personnelles pour créer un lien plus fort avec vos destinataires.

4. Soignez la conception de vos emails

- **Optez pour un design simple et épuré:** Facilitez la lecture et la compréhension de vos messages.
- **Utilisez des images de qualité:** Les visuels attirent l'attention et améliorent l'engagement.
- **Assurez-vous de la compatibilité avec tous les clients de messagerie:** Testez vos emails sur différents appareils et navigateurs.

5. Optimisez vos envois

- **Choisissez le bon moment:** Envoyez vos emails aux heures où vos destinataires sont le plus susceptibles de les ouvrir.
- **Testez différents sujets et contenus:** Utilisez l'A/B testing pour identifier ce qui fonctionne le mieux.
- **Suivez les statistiques:** Analysez les résultats de vos campagnes pour améliorer vos prochaines actions.

6. Respectez la vie privée

- **Soyez transparent:** Informez vos abonnés sur la manière dont vous utilisez leurs données.
- **Facilitez le désabonnement:** Incluez un lien de désabonnement dans tous vos emails.
- **Respectez les réglementations en vigueur:** RGPD, CAN-SPAM, etc.

7. Utilisez un logiciel d'emailing professionnel

- **Choisissez un outil adapté à vos besoins:** De nombreuses solutions existent sur le marché, avec des fonctionnalités variées.
- **Profitez des fonctionnalités avancées:** Automatisation, segmentation, analyse de données, etc.

8. Mesurez et analysez vos résultats

- **Suivez les indicateurs clés de performance:** Taux d'ouverture, de clic, de conversion, etc.
- **Ajustez votre stratégie en fonction des résultats:** N'hésitez pas à modifier vos campagnes pour améliorer leur efficacité.

9. Construisez une relation de confiance avec vos abonnés

- **Proposez du contenu de qualité:** Informations utiles, offres exclusives, etc.
- **Répondez aux demandes et aux questions:** Montrez que vous êtes à l'écoute de vos abonnés.

L'emailing est un outil marketing puissant qui, lorsqu'il est bien utilisé, peut générer d'excellents résultats. En suivant ces conseils et en adaptant votre stratégie à votre secteur d'activité, vous pourrez développer une relation durable avec vos clients et prospects.

:

Annexe 1 : bibliographie

- **Mailjet:** <https://www.mailjet.com/fr/blog/bonnes-pratiques-emailing/emails-personnalisés/>
- **I AND YOO:** <https://www.iandyoo.com/personnalisation-des-emails-pour-la-generation-de-leads/>
- **Email Tool Tester:** <https://www.emailtooltester.com/fr/comparateur-prix-logiciels-emailing/>
- **Mailchimp :** <https://mailchimp.com/fr/ressources/email-personalization/>
- **Monde du mail :** <https://mondedumail.com/logiciels-emailing-open-source-gratuits/>
- **Zendesl :** https://www.zendesk.fr/service/ticketing-system/email-management-software/?utm_source=google&utm_medium=Search-Paid&utm_network=g&utm_campaign=SE_AW_EM_FR_FR_N_Sup_NB_Core_Zeta_AI_I_H&matchtype=&utm_term=&utm_content=607471978522&theme=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiAuou6BhDhARIsAIfgrn4rYkYyBdsIZhu47fpiSxJ9YL3ZcS5NZAYbmNbaJ8zV7NXIktLt48aAtnkEALw_wcB
- **Tool-advisor :** <https://tool-advisor.fr/logiciel-emailing/comparatif/#presence>
- **HubSpot:** <https://blog.hubspot.fr/marketing/elements-essentiels-email-lead-nurturing>
- **Plezi:** <https://www.plezi.co/fr/rediger-email-nurturing/>
- **Lemlist:** <https://www.lemlist.com/fr/blog/how-to-personalize-your-outreach-at-scale-with-advanced-conditions>
- **Salesdorado:** <https://salesdorado.com/prospection-email/personnaliser-emails-prospection-b2b/>

Documentation complémentaire : Asprom

Comment réussir sa prospection commerciale :
<https://www.asprom.com/projet/application.UB8.pdf/>

Annexe 2 Qu'est-ce qu'un A/B test ?

I – définition de l'A/B test

Un A/B test, également appelé test AB ou test split, est une méthode expérimentale qui consiste à comparer deux versions d'un même élément (une page web, un email, une publicité, etc.) afin de déterminer laquelle offre les meilleurs résultats.

En d'autres termes, vous créez deux versions légèrement différentes d'un même élément, puis vous les présentez à deux groupes d'utilisateurs similaires. En analysant les résultats de chaque groupe, vous pouvez identifier quelle version est la plus efficace pour atteindre vos objectifs (augmentation du taux de clics, amélioration du taux de conversion, etc.).

Pourquoi réaliser des A/B tests ?

- **Optimisation continue:** Les A/B tests permettent d'améliorer constamment vos campagnes et de maximiser leur efficacité.
- **Prise de décision basée sur les données:** En vous appuyant sur des résultats concrets, vous pouvez prendre des décisions éclairées pour améliorer votre stratégie marketing.
- **Personnalisation:** En identifiant les préférences de vos utilisateurs, vous pouvez personnaliser vos contenus et améliorer leur expérience.

Comment fonctionne un A/B test ?

1. **Choisissez un élément à tester:** Objet d'un email, titre d'une page, bouton d'appel à l'action, etc.
2. **Créez deux versions:** Modifiez un seul élément à la fois pour comparer les résultats.
3. **Divisez votre audience:** Répartissez votre audience en deux groupes égaux de manière aléatoire.
4. **Envoyez les deux versions:** Présentez chaque version à un groupe différent.
5. **Analysez les résultats:** Comparez les performances des deux versions pour déterminer la plus efficace.

Exemple concret

Imaginons que vous souhaitez améliorer le taux de clics sur un bouton d'appel à l'action dans un email. Vous créez deux versions de l'email : une avec un bouton vert et l'autre avec un bouton orange. Vous envoyez ensuite les deux versions à deux groupes d'abonnés similaires. En analysant les résultats, vous pourrez déterminer quelle couleur de bouton génère le plus de clics.

Les avantages des A/B tests

- **Simple à mettre en œuvre:** La plupart des outils marketing proposent des fonctionnalités d'A/B testing intégrées.
- **Résultats mesurables:** Les A/B tests vous permettent d'obtenir des données concrètes sur l'efficacité de vos campagnes.
- **Amélioration continue:** Les A/B tests sont un processus itératif qui vous permet d'améliorer constamment vos résultats.

Les A/B tests sont un outil indispensable pour optimiser vos campagnes marketing. En vous permettant de comparer différentes versions d'un même élément, ils vous aident à prendre des décisions éclairées et à améliorer l'efficacité de vos actions.

II - Choisir les Bons Éléments à Tester dans un A/B Test : Les Clés de la Réussite

Le choix des éléments à tester dans un A/B test est crucial pour obtenir des résultats significatifs et optimiser vos campagnes. Voici quelques éléments clés à considérer :

Les Éléments Visuels

- **Les couleurs:** L'impact des couleurs sur les émotions et les comportements est avéré. Testez différentes combinaisons pour voir celle qui génère le plus d'engagement.
- **Les images:** La qualité, la taille et le positionnement des images peuvent influencer la perception de votre contenu.
- **Les vidéos:** Les vidéos peuvent augmenter l'engagement, mais leur format, leur durée et leur contenu doivent être optimisés.
- **Les icônes:** Les icônes peuvent simplifier la navigation et renforcer l'appel à l'action.

Les Éléments Textuels

- **Les titres:** Le titre est souvent le premier élément que l'utilisateur voit. Testez différentes formulations pour attirer son attention.
- **Les sous-titres:** Les sous-titres peuvent clarifier le message et encourager la lecture.
- **Les descriptions:** Les descriptions doivent être concises et percutantes pour convaincre l'utilisateur.
- **Les appels à l'action (CTA):** Le texte, la couleur et la taille du bouton peuvent influencer le taux de clics.

La Structure de la Page

- **La mise en page:** La disposition des éléments sur la page peut influencer la navigation et la compréhension du message.
- **La hiérarchie de l'information:** Les éléments les plus importants doivent être mis en évidence.
- **La longueur du contenu:** Un contenu trop long peut décourager les utilisateurs.

Autres Éléments à Tester

- **Le formulaire d'inscription:** Le nombre de champs, leur ordre et la formulation des questions peuvent influencer le taux de conversion.
- **L'offre:** Le prix, les avantages, les garanties peuvent être testés pour trouver la formule la plus attractive.
- **Le timing:** L'heure d'envoi d'un email ou le moment où une publicité est diffusée peut avoir un impact sur les résultats.

Conseils pour Choisir les Bons Éléments à Tester

- **Commencez par les éléments les plus importants:** Concentrez-vous sur les éléments qui ont le plus d'impact sur votre objectif principal (par exemple, le taux de conversion).
- **Testez une seule variable à la fois:** Cela vous permettra d'identifier plus facilement l'élément qui a causé la différence.
- **Basez-vous sur vos données:** Utilisez les analyses pour identifier les points faibles de votre site ou de votre campagne.
- **Faites des hypothèses:** Ayez une idée de ce qui pourrait fonctionner et testez-la.
- **Soyez patient:** Les A/B tests nécessitent du temps pour obtenir des résultats significatifs.

Le choix des éléments à tester dépend de vos objectifs spécifiques et de votre audience. En suivant ces conseils, vous pourrez mettre en place des A/B tests efficaces et améliorer continuellement vos campagnes.

Table des matières

1 – introduction		
1 -1- définition de l’emailing		2
1- 2 – rôle des logiciels d’imailing	4	
1-3 -Pourquoi investir dans un logiciel eùailing		5
2 - les fondamentaux de l’emailing		7
2 -1 – différents types de dacampagne		7
2-1-1 -L’emailing d’acquisition		8
2-1-2-Les campagnes de fidélisation		9
2-1-3-Les campagnes d’emailing transactionnelles		11
2-1-4—les campagnes d’emailing de relance		12
2-1-5- Les campagnes de sondage		13
2–2– Les objectifs d’une campagne d’emailing		14
2-2-1- les objectifs d’une campagne de fidélisation		15
2-2-2- Les objectifs d’une campagne axée sur la vente		16
2-2-3- les objectis d’une campagne pour améliorer l’image de marque		18
2-3- Indicateurse performance (KPI)		19
2-3-1- définir les objectifs SMART pour une campagne		20
2-3-2’ définir les objectifs SMARTpour des scénarios		21
3 – choisir le bon logiciel d’emailing.....	24	3-
1-criteresde selection d’un outil emailing	24	
3-1-1- focue sur les fonctionnalités		25
3-1-2-facilités d’utilisation		26
3-1-3- Intégration avec d’autres outils		27
3-1-4 – criteres des prix des outils		29
3-1-5-comparaison des tarifs		30
3-1-6-fonctionnalités avec surcout		31
3-1-7- evaluer le ROI		32
3-2- différents types de logiciels		34
3-2-1-logiciels de E-commerce		35
3-2-2- focus sue l’automatisation du marketing		36
4 – fonctionnalités.....		38
4-1-création et personnalisation	38	
4-1-1- création d’un mail		39
4-1-2- création de modèles		40
4-1-3- personnalisation dynamique		41
4-2 -gestion des listes de contacts		42
4-2-1-segmentation		44
4-2-2- nettoyage des listes		45
4-2-3- choix du meilleur outil		46
4-2-4 – importation		48
4-3- automatisation des campagne		49
4-3-1-Les workflox		51
4-3-2-sequences d’email		52
4-3-3- les declencheurs		53
4-4 – analyse des performances		54
4-4-1- Analyse détaillée		56

4-4-2- mettre en place des tests A/B	58
4 -5 – intégration avec d’autres outils	59
4-5-1- intégration avec un CRM	60
4-5-2- Intégration avec un CMS	62
5 – mettre en place une campagne	64
5-1-La conception d’un email efficace	64
5-1-1- conception d’un objet-email efficace	65
5-1-2-conception de l’entête email	66
5-1-3-conception du corps du message	67
5-1-4- Appel à l’action	68
5-1-5- augmentation du nombre de clic	69
5-1-6- Créer des scénarios de relance automatique	71
5-1-7 -scénarion pour augmenter la notoriété	72
5-1-8-exemple : email de vente	74
5-2- segmentation de la liste des contacts	75
5-3-Augmentation de la delivrabilité	77
5-4-Respect de la reglem entation	78
6- Classement des logiciels d’emailing.....	81
6-1- criteres de classement	81
6-2 – logiciels populaires	82
6-2-1- Mailchimp	82
6-2-2-Brevo	83
6-2-3-Hubspot	85
6-2-4- ActiveCampaign	84
6-2-5 -Sarbacane	87
6-2-6-comparaison détaillée des 5 emailimp	88
6-3 – logiciels emailing open source	90
6-3-1-Mautic	91
6-3-2-Phplist	92
6-3-3-GNUMailman	93
6-3-4- Odoo	94
6-3-5-Listmonk	96
6 – 4- classement Top 10	97
6 – 5 -Logiciels emailing complémentaires	98
6 - 5 – 1- Mailjet	98
6 – 5 -2 – lemlist	99
6 – 5 –3 - Mailmeteor	100
6 – 5 - 4- MailShake	101
6 – 5 – 5 -Yamm	102
6 – 5 – 6 – Getresponse	103
6 – 6 – logiciels emailing gratuits	104
6 - 6 –1- activeTrail	106
6 – 6 – 2 – comparaison avec ActiveTrail	107
6 – 6 – 3- eTarget	108
6 – 6 – 4 – Moosend	109
6 – 6 – 5 - Klaviyo	111

7 - cas d'utilisations (exemples).....	113
7 - 1- emailing (e-commerce)	113
7 - 1 - 1 – relance de paniers abandonnés	114
7 - 1 - 2 – Campagne de fidelisation	116
7 - 2 – L'emailing B2B	117
7 – 2 – 1 – construire une base de données B2B	117
7 - 2 - 2 – génération de leads	120
7 – 2 – 3 – campagne de ventes	121
7 – 2 – 4 – le Nurturing	122
7 – 2 – 5 – Personnaliser vos emails B2B à grande échelle	124
7 – 3 – l'emailing des associations	125
7 – 3 -1 -Contacter les membres	126
7 – 3 -2 - collecte de fonds	128
7 – 3 – 3 – Base des donateurs	129
8 - conclusions	131
Annexe 1 : bibliographie	136
Annexe 2 :Qu'est-ce qu'un A/B test	137
Table des matières	140.