

# Concevoir vos emailing

## Professionaliser vos envois

L'envoi d'emails est une réelle opportunité pour les entreprises en termes de communication. Cela permet de générer du trafic vers votre site internet et d'envoyer un message ciblé à une clientèle choisie. Néanmoins, quelques règles sont à respecter pour professionnaliser l'envoi d'emails et/ou newsletters.

### EMAILING

L'emailing est l'envoi de messages groupés et ponctuels.

#### Quand ?

En fonction de vos opérations.

#### Pourquoi ?

Pour communiquer sur une promotion, un évènement ou simplement pour prospecter.

### NEWSLETTER

La newsletter est l'envoi régulier d'une « lettre d'information » par email.


#### Quand ?


Mensuelle ou trimestrielle.


#### Pourquoi ?

Pour fidéliser votre clientèle, diffuser vos actualités et ne pas tomber dans l'oubli.

## Comment ?

- 

Cherchez toujours un objet (intitulé du message) court, qui suscitera l'intérêt et l'ouverture. Evitez de mettre trop de majuscules et de ponctuation. Attention à certains mots qui peuvent être bloqués par les filtres anti-spam (« gratuit », « promotion », « argent »...).
- 

Limitez le contenu de votre email, soyez vigilant sur la qualité des images et pensez au lien de désinscription.
- 

Insérez un lien cliquable (aussi appelé « call-to-action »), qui renvoie vers votre site internet. Vous pourrez mesurer votre « taux de clics » et ainsi la portée de votre emailing.

## Quel logiciel ?

Les adresses email hébergées par les principaux fournisseurs tels que Gmail, Yahoo, Orange, Wanadoo... ne sont pas prévues pour l'envoi d'emails en masse. C'est pourquoi, il est impératif d'utiliser un logiciel spécifique pour ce type d'envois.

Avec ces outils, il y a moins de risque d'atterrir dans les spams du destinataire. Ils permettent aussi de suivre précisément le nombre d'ouvertures, le nombre de clics, les adresses emails obsolètes, les désabonnements, etc.

Voici quelques exemples de logiciels d'emailing adaptés aux petites structures. À vous de choisir celui qui vous correspond le mieux.



MailChimp



**Sarbacane**  
S O F T W A R E



OxiMailing



### Campagnes SMS

Avec un taux d'ouverture de près de 90%, les campagnes SMS sont faciles d'utilisation et rapides à mettre en place. Encore peu utilisées, elles peuvent se révéler très efficaces. En créant un message court, vous provoquerez une forte mémorisation. Attention toutefois, le coût est plus élevé que celui d'un emailing. Pour ne pas paraître trop intrusif, utilisez vos campagnes SMS dans une démarche de fidélisation de votre clientèle et non de prospection.

## Points Clés

- La prospection est interdite sans accord préalable.
- Les emailing doivent obligatoirement comporter un lien de désabonnement.
- Les envois massifs depuis votre boîte email sont interdits et peuvent mettre en péril votre structure (considéré comme « spameur » et bloqué !). Utilisez un logiciel spécialisé.



## Bon à savoir

Le moment optimal pour le lancement d'une campagne emailing se situe entre 17h et 18h et entre 11h et 12h pour un restaurant. Les lundi et mardi remportent le plus grand nombre de lectures.