

Concevoir votre newsletter



Qu'est-ce qu'une newsletter ?

- Le terme de newsletter désigne un e-mail à vocation commerciale envoyé à des abonnés.
- La fréquence peut être quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle
- La newsletter est de plus en plus personnalisée pour être plus efficace

Une newsletter ? Pourquoi faire ?

- **La newsletter vous permet de développer votre notoriété**

83% des internautes se renseignent sur le site de la marque après avoir reçu un email intéressant

Une newsletter ? Pourquoi faire ?

- **La newsletter vous permet de fidéliser vos clients et d'augmenter la fréquence de leurs achats**

64% des internautes achètent souvent ou parfois après la réception d'une newsletter

Une newsletter ? Pourquoi faire ?

- **La newsletter peut vous aider à trouver de nouveaux clients.**

39% des internautes transfèrent souvent ou parfois à leurs contacts les emails intéressants qu'ils reçoivent.

Une newsletter ? Pourquoi faire ?

- **La newsletter est un bon support pour lancer un nouveau produit ou service.**

C'est un outil de complément à vos campagnes de communication en prolongeant de manière personnalisée

UN PEU DE TECHNIQUE

Choisir un format pour votre newsletter

- En texte simple : évidemment plus simple mais peu attrayant
- En HTML : un peu plus complexe mais permet d'inclure graphisme et couleur
 - ⇒ Meilleur taux de clics interne
 - ⇒ Permet de mesurer le taux d'ouverture
 - ⇒ Conformes à votre charte graphique
 - ⇒ Plus lues que celles en texte simple.

Choisir un serveur d'envoi

- Ne pas envoyer sa newsletter à partir de sa propre messagerie :
 - ⇒ un grand nombre d'envoi vous expose à être traité comme un spammer
 - ⇒ Vous ne pouvez gérer de manière automatique les demandes de désabonnement ou d'abonnement d'ailleurs

L'utilisation d'un service de mail vous permet de passer moins de temps à administrer votre liste de diffusion

Choisir un serveur d'envoi

- Plusieurs services en anglais (www.aweber.com ; www.constantcontact.com)
- Mais aussi en français :
 - Des versions gratuites avec ou sans modèles ...
 - ... et des services payants qui permettent d'obtenir des statistiques (www.sendinblue.com ; Emailing-eTarget ; www.mailinglist.fr ; www.sarbacane.fr)

Budget : il faut compter entre 250 et 300 € pour envoyer 12 000 e-mail

Créer le gabarit (template)

- Votre gabarit peut être très simple : 1 bloc de texte avec votre logo et une ou deux images.
- Sa largeur ne doit pas dépasser 600 pixels (pour s'afficher correctement sur l'écran du destinataire)
- Son poids ne doit pas excéder 20 Mb pour être facilement reçue.

Choisir un format de texte

- De Word au texte HTML, la ponctuation et les caractères spéciaux se transforment
.. ~(\T6T6)\T6ø~ .. ~(\T6T6)\T6N! åWRD0000TMP `ifV6V6 îfV6L
- Pour éviter cet écueil, écrire directement en ASCII (format texte de base) à partir d'une application comme :
 - NotePad (Windows)
 - TextEdt (Mac)

Lier vos images

- Pour que vos images s'affichent dans votre newsletter HTML, elles doivent être situées sur le web
 - Sur votre site si vous en avez un
 - Certains programmes d'envoi peuvent héberger vos images
- L'adresse de l'image doit être renseignée (URL):

<http://www.votresite.com/images/votreimage.jpg>

On parle de responsive design

- Près de 50% des emails sont lus sur un smartphone (15% iPhone, 85% Android)
- 34% sur un ordinateur
- 17% sur une tablette

L'analyse de votre newsletter

- Il s'agit d'éviter que votre newsletter soit considérée comme un spam (pourriel)
- Des logiciels vous permettent de vérifier votre e-mail (www.senblaster.fr) en fonction des règles de « Spam assassin ».
- Un score de 5 et plus doit vous amener à re-rédiger votre newsletter en évitant le mot « Gratuit », l'abus des majuscules et des points d'exclamation

Tester votre newsletter

- Avant de l'envoyer à vos abonnés, testez votre newsletter sur des adresses que vous aurez préalablement créé sur Hotmail, Gmail, Yahoo.
- Vous pourrez ainsi vérifier qu'elle s'affiche exactement comme vous le souhaitez.

CONSTRUIRE UNE LISTE D'ABONNES

Les sources possibles

- En premier lieu, votre fichier client doit comporter les adresse mails de vos clients
- Vous pouvez également proposer, dans votre magasin ou sur votre site, des opérations promotionnelles liées à l'adhésion à votre newsletter. Par exemple, Camaieu, Nocibe, Carrefour et tant d'autres offrent des bonus si vous prenez la carte.
- Vous pouvez également utiliser Twitter et Facebook pour proposer l'inscription à votre newsletter.

Augmenter le nombre d'inscrits

- Publier des articles à forte valeur ajoutée sur d'autres sites
- Utiliser les sites de petites annonces
- Organiser un concours dont la récompense intéresse votre client cible mais pas les autres (organisation lourde et obligation de dépôt du règlement du concours auprès d'un huissier)

La réglementation par la CNIL

- **1/ Pour les particuliers (B to C):**
- **Le principe : pas de message commercial sans accord préalable du destinataire**
- La publicité par courrier électronique est possible à condition que les personnes aient explicitement donné leur accord pour être démarchées, au moment de la collecte de leur adresse électronique. Sauf si la personne prospectée est déjà cliente de l'entreprise et si la prospection concerne des produits ou services analogues à ceux déjà fournis par l'entreprise.
- La personne doit, au moment de la collecte de son adresse de messagerie **être informée** que son adresse électronique sera utilisée à des fins de prospection ; **être en mesure de s'opposer** à cette utilisation de manière simple et gratuite.
- **2 / Pour les professionnels (B to B)**
- **Le principe : information préalable et droit d'opposition**
- **la personne doit, au moment de la collecte** de son adresse de messagerie **être informée** que son adresse électronique sera utilisée à des fins de prospection ; **être en mesure de s'opposer** à cette utilisation de manière simple et gratuite.
- **3/ Dans tous les cas :**
- **chaque message électronique doit obligatoirement préciser l'identité de l'annonceur** ; proposer **un moyen simple de s'opposer** à la réception de nouvelles sollicitations (par exemple lien pour se désinscrire à la fin du message).
- La CNIL recommande que le consentement préalable ou le droit d'opposition soit recueilli par le biais d'une case à cocher. L'utilisation d'une case pré-cochée est à proscrire car contraire à la loi.

La rédaction de la newsletter

L'objet de la newsletter

- Inclure des chiffres
- Annoncer une exclusivité
- Prendre des engagements simples et clairs
- Piquer la curiosité
- Jouer sur le sentiment d'urgence

- **Quelques exemples :**

- **Poser une question :** *Etes vous inscrit à la réunion du 3 octobre ?*
- **Susciter l'interrogation du destinataire :** *Une bonne affaire à l'approche du Printemps !*
- **Proposer des listes, des conseils ou des astuces :** *10 idées sorties pour ce week-end*
- **Titre « comme un journal »** *Du nouveau pour les auto-entrepreneurs*

Le message doit pouvoir être lu rapidement

- Vos lecteurs consacrent 8 secondes et moins à la lecture d'un email. 17% y consacrent moins de 4 secondes.
- Faciliter la lecture rapide par une présentation aérée, l'utilisation de titres attrayants et de mots en gras.
- Ne pas mettre trop d'images pour ne pas ralentir le chargement

Trouver la longueur idéale

- Entre 500 et 3000 mots.
- Mais pour un début, mieux vaut se limiter à moins de 600 mots

Raconter une histoire (storytelling)

- Inclure une anecdote amusante, une expérience personnelle

Personnaliser votre message

- Des solutions techniques permettent d'inclure le prénom de votre abonné en début de mail

Cas pratique n°1

**Rédiger une newsletter pour annoncer l'ouverture
d'un nouveau point de vente pour un producteur de
miel**

Cas pratique n°2

Définissez les objectifs, la fréquence, les modalités techniques, la cible d'une newsletter pour votre entreprise

Rédigez le premier numéro

MERCI

