

CONCEVOIR VOTRE NEWSLETTER

LA MALLETTE DU DIRIGEANT



PLAN

1. Qu'est-ce qu'une newsletter ?
 - a. Définition
 - b. Législation
 - c. La cible
 - d. Quelles solutions choisir ?
2. Concevoir et réaliser sa newsletter
 - a. Les messages clés / La structure / Le contenu
 - b. La maquette / La charte graphique / La couleur
3. Enrichir la newsletter
 - a. Les liens
 - b. L'image et ses contraintes
 - c. La mise en page et l'ergonomie

PLAN

1. Qu'est-ce qu'une newsletter ?
2. Concevoir et réaliser sa newsletter
3. Enrichir la newsletter
4. Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture
 - a. L'en-tête
5. Optimiser la délivrabilité
6. Retour et statistiques

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

- Définition

- Une **newsletter** (“lettre d’information” ou “infolettre”) est un document d’information envoyé de manière **périodique** par courrier électronique à une **liste de diffusion** regroupant l’ensemble des personnes qui y sont **inscrites**. Une lettre d’information peut également être **téléchargée** depuis un site web. (*source : Wikipédia)
- Une newsletter permet, par exemple, de recevoir directement par courrier électronique des informations sur :
 - Les dossiers d’actualité d’un journal en ligne (sous forme de nouvelles brèves)
 - Le sommaire de certaines publications
 - Les nouveaux produits et les promotions d’une entreprise commerciale
 - Les activités d’une association, etc.

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

- Législation
 - **L'opt-in** comme base juridique
 - L'envoi d'e-mails est réglementé par l'article 34-5 du Code des Postes et Télécommunications qui introduit la notion de **consentement** préalable de l'internaute avant tout envoi de communications par e-mail.
 - Le **double opt-in** permet de **contrôler la validité de l'adresse e-mail d'un contact** tout juste inscrit. L'internaute effectue tout d'abord sa demande d'abonnement via un formulaire d'inscription par exemple. Cependant, elle ne sera effective que lorsque ce dernier aura cliqué sur **le lien de confirmation** envoyé par e-mail à l'adresse indiquée.

OPTIMISATION POUR L'ENVOI ET STATISTIQUES

- Optimisation pour l'envoi
 - La bonne **fréquence** d'envoi
 - Il est indispensable de définir la fréquence d'envoi d'une newsletter. Un rythme mensuel est recommandé lorsque l'actualité de l'entreprise est calme.
 - La **bonne heure d'envoi**
 - Pour optimiser le taux d'ouverture d'une newsletter, il faut trouver l'horaire optimal.
 - Il peut être nécessaire d'effectuer plusieurs envois, sur différentes plages horaires afin de déterminer la plage horaire la plus efficace.
 - La plupart des newsletters sont envoyées les lundi et mardi entre 9h00 et 12h00.

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

- Législation
 - **La loi Informatique et libertés du 6 janvier 1978** met en avant le principe de **respect de l'internaute** à travers la collecte de données personnelles. Il est ainsi totalement interdit d'utiliser des adresses provenant de **l'infiltration d'un fichier** (utilisation d'un fichier constitué par un tiers pour sa propre communication, échange de fichiers sans consentement des contacts, etc.) ou d'interception de correspondances à caractère personnel (aspiration d'adresses par des robots sur Internet par exemple).

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

- Législation
 - La **CNIL**
 - L'expéditeur doit déclarer les fichiers de contacts français collectés à la **CNIL** (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) et toujours **mentionner son identité complète** dans les messages.
 - **L'opt-out**
 - Les e-mails présenteront également un mécanisme simple d'**opt-out**, sous forme de lien de désinscription fonctionnel.

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

- La cible
 - Définir sa cible
 - Choisir le thème en fonction de la cible.
 - La segmentation de vos fichiers clients.
 - Trouver le ton sur lequel s'adresser en fonction de la cible.
 - Si une cible est bien définie, la campagne de newsletter aura un meilleur impact.
 - Définir ses objectifs
 - Une simple lecture (augmentation de la visibilité)
 - Un clique sur la newsletter (transformation)
 - Un achat (augmentation du chiffre d'affaire)

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

- Quelles solutions choisir ?
 - Publipostage
 - Réaliser un publipostage avec une suite bureautique (Microsoft Word par exemple).
 - Puis mettre la newsletter en téléchargement sur votre site web.
 - Démonstration.
 - Avantages du publipostage
 - Simplicité
 - Rapidité
 - Contrôle
 - Coûts
 - Inconvénients du publipostage
 - Visibilité

QU'EST-CE QU'UNE NEWSLETTER ?

- Quelles solutions choisir ?
 - Applications ou logiciels dédiés
 - Avantages :
 - Simplicité
 - Automatisation
 - Coûts
 - Contrôle
 - Inconvénients
 - Temps de mise en place
 - Personnalisation
 - Flexibilité
 - Mailjet, MailChimp, etc.

CONCEVOIR ET RÉALISER SA NEWSLETTER

- **Concevoir et réaliser sa newsletter**
 - Les messages clés / La structure / Le contenu
 - La maquette / La charte graphique / La couleur

(Exemples et démonstration sur MailJet)

ENRICHIR LA NEWSLETTER

- Enrichir la newsletter

- Les liens
- L'image et ses contraintes
- La mise en page et l'ergonomie

(Exemples et démonstration sur MailJet)

DIFFUSER LA NEWSLETTER ET
FAVORISER L'OUVERTURE

- Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture
 - L'en-tête

OPTIMISER LA DÉLIVRABILITÉ ET
STATISTIQUES

OPTIMISATION POUR L'ENVOI ET STATISTIQUES

- Optimisation pour l'envoi
 - La pertinence de l'information
 - Le bon thème, pour la bonne cible ! Segmentez vos fichiers clients.
 - Trouver les informations grâce aux **statistiques**.
 - **Personnaliser** les newsletters
 - Il peut être intéressant de s'adresser personnellement aux destinataires pour qu'ils se sentent valorisés.
 - Soigner l'**objet**
 - L'objet **influence** la décision d'ouverture d'un mail.
 - Il doit être clair, concis et attractif afin d'**inciter** les destinataires à lire la newsletter.
 - Il doit énoncer clairement son contenu.

OPTIMISATION POUR L'ENVOI ET STATISTIQUES

- Optimisation pour l'envoi
 - Soigner **le contenu**
 - Le contenu d'une newsletter est très important.
 - La newsletter ne doit pas être trop longue afin de ne pas dissuader les lecteurs potentiels.
 - Amener les lecteurs à l'**action**
 - Il ne faut pas tout dire dans une newsletter, mais plutôt susciter l'attention pour ensuite générer du trafic vers le site, les réseaux sociaux ou tout autre support de l'entreprise.
 - Mettre des liens invitant les lecteurs à agir : par exemple "lire l'article", "découvrez notre promotion", etc.

OPTIMISATION POUR L'ENVOI ET STATISTIQUES

- Optimisation pour l'envoi
 - Penser sa newsletter sur tous les supports
 - Votre newsletter peut être consulté sur ordinateur, sur tablette et sur mobile. Pensez à en adapter la mise en page.

OPTIMISATION POUR L'ENVOI ET STATISTIQUES

- Les statistiques
 - Les statistiques de votre **site web**
 - Exemple avec Google Analytics
 - Les statistiques de vos **réseaux sociaux**
 - Exemple avec Facebook
 - Les statistiques de **campagne d'envois de newsletters**
 - Exemple avec Mailjet

CONCLUSION