



CRÉACT'UP
AUDIT · CONSEIL · FORMATION

Concevoir sa newsletter

Diffuser une newsletter électronique

Emailing marketing

Afin de vous proposer des publicités personnalisées pendant votre navigation en ligne (internet, messagerie et mobile), ce message utilise des cookies. Pour en savoir plus ou les désactiver, suivez ce [lien](#).

QUESTIONS
TRAVAUX.FR

DEVIS EN
TRAVAUX DE PEINTURE

ECONOMISEZ !
On compare pour vous
les peintres de votre région

CLIQUEZ ICI

- ✓ Devis gratuit
- ✓ Sans engagement
- ✓ Entreprises qualifiées

Ce message contient une offre de l'annonceur [Questions travaux](#) et vous est envoyé par Basylo. Vous recevez ce message parce que vous vous êtes inscrit(e) au site Basylo. Enregistrement auprès de la CNIL sous le numéro 1438075. Vous pouvez nous demander de [ne plus recevoir](#) d'information de cet annonceur. Vous pouvez [vous désinscrire](#) de Basylo.

Les 22 conférences du Congrès du Développement Personnel



* Peggy et Jeff * namaste@yoga-week-end.net [via](#) aweber.com

À moi ▾

Bonjour,

En octobre dernier, nous avons accueilli des centaines de personnes pour assister à un événement exceptionnel.

Nous y avons rassemblé une grande partie des formateurs de l'académie du développement personnel ainsi que des amis comme Max Piccinini et David Laroche.

Le thème de l'événement était la confiance en soi et les 22 conférences l'abordent dans un angle qui est propre à chacun de nos formateurs.

--> [Cliquez ici pour vous procurer le Pack Vidéos du Congrès](#)

De tous les événements qu'on a organisé ces 10 dernières années, c'est très certainement le plus puissant.

Ces contributions d'une grande qualité, resteront gravées dans nos mémoires.

Elles nous invitent à concrétiser nos rêves, à voir que tout est possible quand on a le bon état d'esprit et les bons outils.

Emailing automation

Chère Cliente, Cher Client,

Nous vous informons que votre nouvelle facture Bbox est disponible dans votre Espace Client, rubrique Factures (<http://www.bouyguestelecom.fr/mon-compte/mes-factures>). Vous avez la possibilité de la consulter ou de télécharger également toutes les informations utiles pour comprendre vos factures.

Cet espace étant sécurisé, votre nom d'utilisateur (login) et votre mot de passe vous seront demandés avant d'accéder à votre Espace Client.

Sur votre Espace Client, retrouvez à tout moment le détail de votre Hors Forfait dont vos consommations de services Bbox, dans la rubrique Synthèse Conso de votre ligne Bbox (<http://www.mon-compte.bouyguestelecom.fr>).

Nous vous remercions de votre confiance.
À très bientôt.

Alain Angerame
Directeur de la Relation Clients

Création d'un compte client

Réception d'une facture

Astuces pour mieux utiliser un produit acheté...

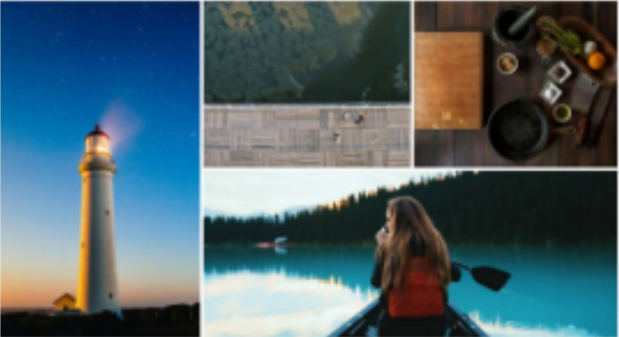


Create effortlessly unique designs

Customize one of our pre-made templates by choosing from over 1 million stock photographs, icons and illustrations from the Canva library.

[Start designing](#)

Design on a budget with free photos



Canva has thousands of stunning free stock photographs, perfect to give your design a professional edge.

[See free photos](#)



CRÉACT'UP
AUDIT - CONSEIL - FORMATION

Newsletter de contenu ou promotionnel

Having trouble viewing this email? Click [here](#).

HUMAN
RIGHTS
WATCH

THE WEEK IN RIGHTS

JANUARY 6, 2011

Donate today >

Follow us on



A Young Tunisian's Desperate Act

Tragedy Leads to Riots Challenging Tunisia's Repression

PODCASTS



ENTREPRENEURS

#FrenchTech : Les 13 startups françaises incontournables du CES 2017



INNOVATION

#Interview : Vente-privee mobilise 80 millions d'euros pour son accélérateur et le recrutement de 250 profils IT

<https://www.maddyness.com/innovation/2017/01/04/vente-privee>

Définissez où vous allez

Stratégie de fidélisation ou d'acquisition ?

Des objectifs SMART

S spécifique
M mesurable
A atteignable
R réalisable
T temporel

Vos destinataires sont partout

- » Cartes de visite
- » Fichier Excel
- » Messagerie d'emails
- » Carnet de notes
- » Répertoire téléphonique ...

Récupérez toujours plus d'emails

- » Réseaux sociaux
- » Jeu-concours
- » Site Internet
 - champ dédié
 - formulaire de contact
 - page d'atterrissage
- » Carte de fidélité
- » Co-registraton
- » Location de listes

Connaissez votre cible

- » Qui est-elle ?
- » Ses attentes ?
- » Ses préoccupations ?
- » Qu'attendez-vous d'elle ?
- » Pourquoi lirait-elle votre newsletter ?
- » Qu'offrez-vous de plus ?

Des solutions sous la main



 Outlook.com



Thunderbird®

Logiciels ou solutions en ligne



Tout-en-un avec un prestataire

Mail 
Performance


cabestan

 **contactlab**
e-mail & e-marketing evolution




CREACT'UP
AUDIT - CONSEIL - FORMATION

5 obligations à retenir

- » Déclarer son fichier à la CNIL
- » Offrir la possibilité de désabonnement
- » Collecte avec accord du destinataire
sauf si c'est à une personne déterminée ayant
pour fonction un sujet proche de ce qu'il y a
dans l'email
- » Ne pas revendre les infos collectées
- » Déclaration à la BnF
+ réglementation particulière en fonction de
l'activité

Concevoir et réaliser votre newsletter

Définir sa ligne éditoriale

- » Promesse/message/valeur
- » Fréquence
- » Thèmes développés
- » Sources interne et/ou externe
- » Ton employé

Du contenu pour créer la confiance

- » Des articles de fond en 1^{ère} place
- » Des témoignages pour s'identifier
- » De l'actualité de l'entreprise
- » La vision d'un employé, pourquoi pas ?
- » Une promotion, mais c'est pas obligé
- » Par la suite :
 - Recyclage de sujets précédemment traités
 - Ré-écriture sous un nouvel angle

De multiples structures en fonction de vos besoins=zoning

Layout



☐ 1 Column



☐ 2 Columns (50/50)



☒ 2 Columns (30/70)



☐ 2 Columns (70/30)



☐ 3 Columns



☐ 1-2-1 Columns



☐ 2-2 Columns

<http://maisonoubureau.free.fr> : freeware & webapp

Du zoning au mockup

Maquette filaire = bloc en détail



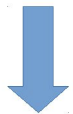
Prototype = liens en plus



Planche d'inspiration = couleurs, ambiance



Planche de style = typographies, tailles



Prévisualisation = mockup

De l'identité de la marque à la charte graphique

- » Choisir/concevoir sa maquette
- » Placer son logo et son slogan
- » Donner un titre
- » Adapter 1-2 typographies
- » Choisir/transposer ses couleurs
- » Mises en valeur variées de votre texte

pour une image de
marque forte

La règle des 60–30–10 pour les couleurs

Couleur maîtresse = 60 %

+ couleur en fort contraste = 30 %
pour attirer l'attention

+ couleur complémentaire = 10 %
Pour les appels à l'action et boutons

➡ VERIFIEZ LA SIGNIFICATION ET LA PALETTE DE
VOS COULEURS

Rédiger les textes

Les bases de la communication écrite

- » Ecrivez pour être lu : soyez proche des préoccupations de vos lecteurs
- » L'importance des mots : adapté, simple et précis
- » Choisissez bien le ton employé
- » Rythmez avec des phrases courtes
- » Utilisez la ponctuation à votre avantage
- » Les lecteurs toujours attentifs à l'orthographe

Ecrivez court

1 message par texte, 1 idée par phrase

Un titre qui en dit déjà long

Facilitez la lecture

80 % des lecteurs scanneront votre email pour aller vers ce qui les intéresse

» Gagnez en lisibilité en insérant :

- Des espaces et paragraphes aérés
- Des titres et sous-titres attractifs
- Des listes à puces
- Une taille de police facile à lire (2-3)
- Des mots en gras, plus gros ou colorés
- Un graphisme qui s'adapte à la taille de l'écran

Pensez mobile

- » La jaquette s'adapte à la taille de l'écran
- » Le plus important en haut avant d'utiliser le navigateur
- » Lecture en F toujours prépondérante
- » Le vide permet d'apaiser et de concentrer le lecteur
- » Ne pas justifiant à tout prix

Les appels à l'action

Préparer

- » Témoignages de clients qui lui ressemblent
- » Susciter le sentiment d'urgence ou sa curiosité
- » Rassurer sur son professionnalisme

Conclure

Bouton/liens avec un verbe d'action

Enrichir la newsletter

Des liens vers l'extérieur

- » Site web pour lire la suite
- » Lien promotionnel vers une offre
- » Bouton d'inscription, études, témoignage, etc.
- » Bouton de partage vers les réseaux sociaux
- » Lien pour basculer en texte brut
- » Lien de désabonnement
- » Lien de contact

La place des images



« parlantes » suggestives
avec un appel à l'action

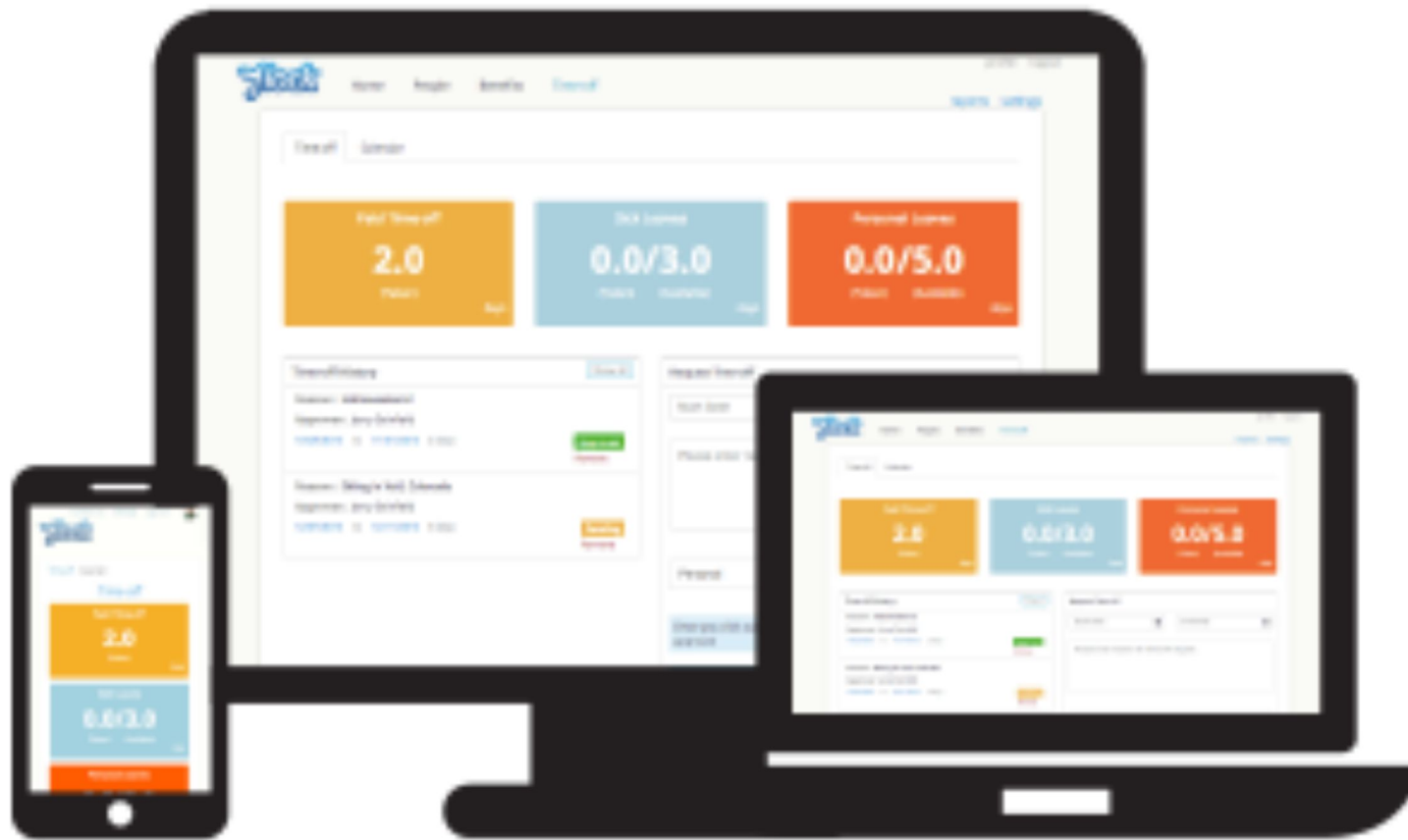
Contraintes techniques

- » Format PNG
- » Taille 100Ko max

Pour chaque image :

- remplissez la balise ALT
- nommez bien vos images
- associez un lien à une image

Soignez la mise en page sur tout support



Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture

Destinataires multiples, des listes différentes

» Car vous avez certainement plusieurs types de clients

B2B vs B2C, hommes vs femmes, etc.

» Mais aussi parce que vous n'en êtes pas au même niveau dans la relation client

prospect vs nouveau client vs ancien client

Des éléments pour faire ouvrir

■ Expéditeur

- Identification
- Adresse email

■ Moment d'envoi

■ Objet

- Longueur 35–40 caractères
- Sujet : susciter la curiosité, exclusivité
- Mots clés : chiffre, promesse, limite de temps
- 1ère ligne de l'email visible

Des éléments pour faire réagir

» Appels à l'action = CTA

» Boutons et texte dessus

» Animations

- Bannière clignotante
- Vidéo

» Nombre et meilleure place de ces éléments

Optimiser la délivrabilité

Votre base de données, votre trésor

- » Collectez de manière légale les emails
- » Une étape de confirmation lors de l'inscription
- » Un lien pour pouvoir se désabonner
- » Retirez les emails dits NPAI

Des aspects techniques aussi pour l'optimiser

» Authentifiez vos messages

- Déclarez votre serveur
- Ajoutez une signature cryptographique

» Utilisez un serveur avec une bonne réputation

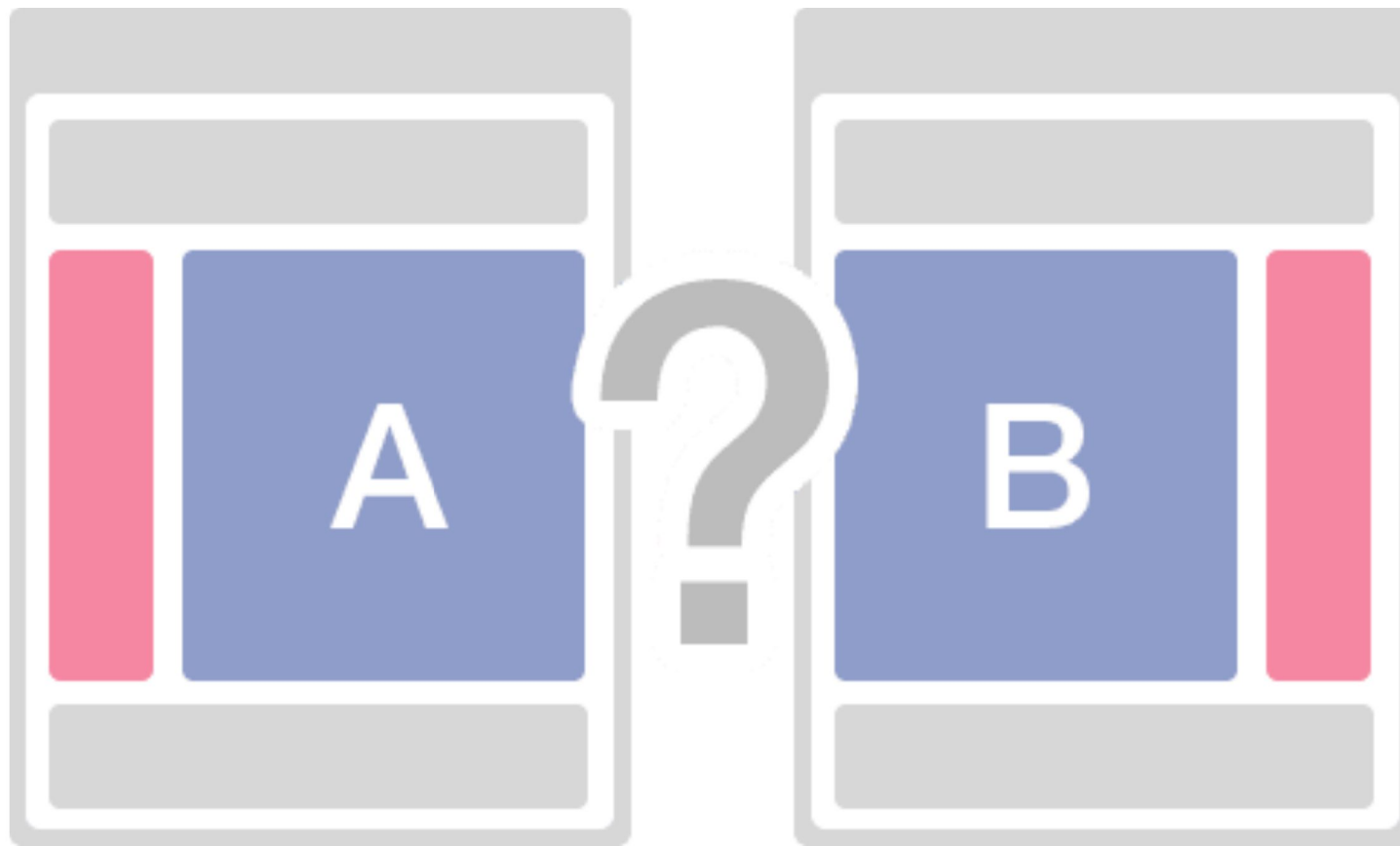
» Faites attention à votre objet qui est scanné

» Texte brut + HTML

» Optimisez le HTML et même les images

Mesurer l'efficacité

Toujours tester avec l'A/B testing



Je duplique, je change un élément, j'envoie à un autre groupe, je compare les résultats

Les taux à suivre

■ Délivrabilité (rebond)

$$\frac{\text{nb d'emails livrés}}{\text{nb d'emails envoyés}}$$

■ Spam

$$\frac{\text{nb de plaintes}}{\text{nb d'emails envoyés}}$$

■ Ouverture

$$\frac{\text{nb d'emails ouverts}}{\text{nb d'emails envoyés}}$$

■ Clic

$$\frac{\text{nb de clics}}{\text{nb d'emails ouverts}}$$

■ Désabonnement

$$\frac{\text{nb de désabonnements}}{\text{nb d'abonnés}}$$