



# MAILING ET OUTILS DE NEWSLETTER

Alors que certains pensaient que les réseaux sociaux allaient enterrer l'emailing, le secteur de l'email marketing ne s'est jamais aussi bien porté et reste un outil plébiscité par les entreprises car il est efficace, économique et universel. Attention cependant, envoyer des emails implique certaines règles : législation, délivrabilité, rédactionnel et surtout, il faut choisir le bon outil qui vous fera atteindre vos objectifs.

## Quelques repères

Le retour sur investissement serait de **35 €** pour **1 investit\***

Litmus | Août 2018\*

Le taux d'ouverture moyen\* des e-mails dans toutes les industries est de **20,81%**

Mailchimp | Mars 2018\*



## La Newsletter : définition

Le mot newsletter (ou lettre d'information) désigne un outil de communication consistant à envoyer des informations par courrier électronique à une liste de destinataires. Les entreprises utilisent largement la newsletter pour communiquer auprès de leurs prospects et clients, ce qui en fait un outil marketing et commercial très utilisé. Ce type de communication a pour avantage d'être envoyé en masse à un grand nombre de destinataires et d'être instantané. Une newsletter se doit d'être envoyée de façon régulière : trimestrielle, mensuelle, hebdomadaire ou même quotidienne.

De ce fait, vous pourrez aussi appuyer vos tentatives d'acte d'achat en incitant les internautes qui ont déjà été séduits par certains services auparavant afin de les relancer.

## Les différents types de newsletters et d'emails marketing

### - La newsletter

Ex : Lettre d'information de l'Office de Tourisme.

### - L'email de prospection / acquisition

Ex : Promotion d'un produit ou d'un service.

### - L'email marketing ou catalogue produit

Ex : Il s'agit pour la plupart d'email automatique pour promouvoir des produits spécifiques (Amazon, Cdiscount, Oxybul...).

### - Les emails de service ou transactionnels

Ex : confirmation de commande.

### - Les emails de relance

Ex : Panier abandonné et relance.

## Votre objectif : susciter un maximum de clics



### Et si vous passiez vos vacances d'été dans le Jura



**Plus que quelques disponibilités ! Ne tardez pas à réserver.**

Certains de nos chalets sont encore disponibles au mois de Juillet et Août. Profitez de vacances en pleine nature, au calme et faites le plein d'énergie!

[Consulter les disponibilités](#)

## Base de contact et législation

Le RGPD impose que vous disposiez du consentement de chacun des contacts de votre liste. Ce consentement doit être le résultat d'une action associée à un texte clair. Exemple : en cochant cette case, j'accepte de recevoir de la part de \*\*\* des newsletters... 

Le silence ne vaut pas consentement. Si vous posez la question mais que la personne ne répond pas, il n'y a pas de consentement. Une exception existe pour les entreprises avec les adresses emails génériques comme réservation@, info@ ou contact@, où l'envoi ne nécessite pas d'accord au préalable.

## La délivrabilité

La délivrabilité est un concept e-marketing. On dit d'un courriel expédié qu'il est délivré s'il est reçu dans la boîte de son destinataire. De nombreux paramètres empêchent cette livraison, et il arrive parfois que les destinataires ne reçoivent pas les emails. La délivrabilité de vos emailings dépend de 2 types de facteurs :

- Techniques (adresses email erronées, protocoles d'identification...)
- Comportementaux (adresses email inactives, faible taux d'ouverture...)

Il est impossible en quelques lignes de résumer toutes les précautions à prendre pour garantir la délivrabilité de ces emails. Il faut juste retenir que si c'est les messageries mesurent un intérêt de la part des lecteurs pour vos emails (taux d'ouverture, clics, désabonnement, déclaration comme indésirable...) vous limiterez au maximum le risque de finir dans les SPAM.

## Pour un emailing réussi ...

### Quelques outils pour créer un emailing



Solution mondialement connue, et très populaire avec une offre gratuite permettant l'envoi de 12000 emails / à partir d'une base de contacts de 2000 personnes. Un inconvénient qui peut en gêner certains, l'interface est en anglais.



Interface en français et outil de conception très facile à prendre en main, Send In Blue est une solution destinée aux petites et moyennes entreprises. Coté tarif, il faut compter une trentaine d'euros pour envoyer 60000 mails/mois et accéder à des fonctionnalités avancées.

> Possibilité d'envoyer 300 mails par jour gratuitement.

### Rédiger son email et réussir son objet

- 1 - Prenez le temps de trouver la bonne formule.
- 2 - Faites beaucoup de tests, demandez l'avis à votre entourage. Observez l'affichage sur mobile, dans Gmail, dans Outlook...
- 3 - Niveau rédaction, mettez les mots importants au début
- 4 - Personnalisez votre objet. Exemple: «Marie, nous avons une surprise pour vous»
- 5 - Vous trouvez votre objet un peu "boring". Et si vous le tournez sous forme de question ?
- 6 - Oubliez les : «newsletter n°125», ou «lettre d'information mai 2020».
- 7 - Interagissez avec votre lecteur et suscitez son intérêt. «C'est maintenant ou jamais», «1er arrivé 1er servi», «dernier jour avant», etc...
- 8 - Evitez les SPAM WORDS, difficiles à lister mais qui globalement, font référence au gains, au sexe, aux médicaments, aux drogues, gratuité...
- 9 - Limitez voire supprimez la ponctuation, à la limite un point d'exclamation mais pas plus.
- 10 - Utilisez les Emojis. Ils sont tolérés dans les emailing, mais c'est à double tranchant, on aime ou on déteste. Mais dans tous les cas, ils marqueront une différence avec les emails voisins dans la boîte de réception.