

#### **Marie Alix Dornel**

Co-fondatrice de l'agence de communication **IKADIA** 

Agence de communcation globale spécialisée dans :





Communication Création graphique





Réseaux sociaux Community management



Référencement SEO



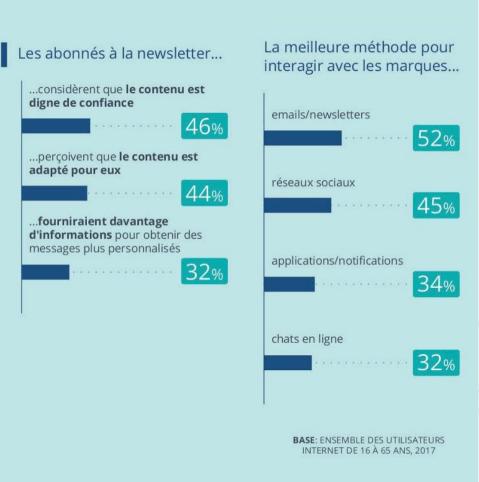
Motion design Affichage dynamique





## Introduction: Les chiffres à connaître







#### LA NEWSLETTER, FACTEUR D'ACHAT



76%

achètent en ligne après avoir navigué sur le site web du produit / service depuis un lien inclus dans la newsletter



75%
se rendent en boutique
et achètent
les produits /services
signalés dans la newsletter

BASE: ENSEMBLE DES UTILISATEURS DE NEWSLETTER DE 16 À 65 ANS, 2017











Le terme de newsletter désigne un e-mail mis en forme (HTML / MJML) envoyé périodiquement à des prospects ou des clients abonnés.

Son contenu peut être commercial ou informatif.

Une newsletter peut être mensuelle, hebdomadaire ou quotidienne, la périodicité dépend généralement de la nature de son contenu.





- Fidéliser (Diffuser un contenu ou des offres exclusives)
- Informer (Offres / services / produits / événements / actualités...)
- Maintenir un lien
- Affirmer votre expertise
- Accroitre votre visibilité
- Développer votre activité
- Augmenter la fréquentation de votre magasin
- Augmenter le trafic de votre site
- Développer votre communauté sur les réseaux sociaux





#### 1 - Un support de communication «économique»

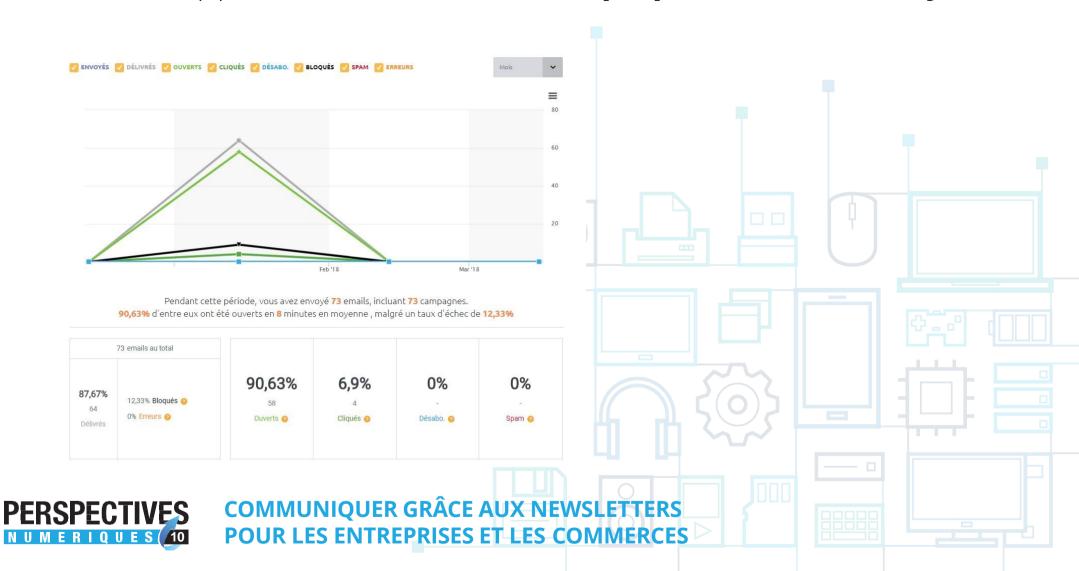
Tarif indicatif des coûts de diffusion

	MailChimp	<b>SendinBlue</b>	Mailjet	Sarbacane
Offre gratuite	12 000 emails / mois	9 000 emails / mois	6 000 emails / mois	×
	2 000 contacts	Contacts illimités	Contacts illimités	
Plan d'entrée	17 € / mois	19 € / mois	5,49 € / mois	35 € / mois
	Emails illimités	40 000 emails	30 000 emails	1 000 emails
	2 000 contacts max		(+ 2,76 € / mois pour les fonctionnalités premium)	
25 000 emails	42 € / mois	19 € / mois	5,49 € / mois	129 € / mois
000 contacts	(+ 167 € pour les fonctionnalités pro)		(+2,76 € /mois pour les fonctionnalités	

La possibilité de travailler sur des gabarits pour limiter le coût de création



- 2 Un support de communication ciblé
- 3 Un support de communication personnalisable
- 4 Une diffusion sans limite
- 5 Un support de communication qui permet une analyse



## Comment créer sa newsletter?

Les règles d'or que vous devez avoir en tête



## ÉLÉMENTS DÉTERMINANTS POUR L'OUVERTURE

80%



PERTINENCE de l'objet 81%



de l'expediteur

81%



CONFIANCE en l'expediteur 42%



PERSONNALISATIOI de l'objet

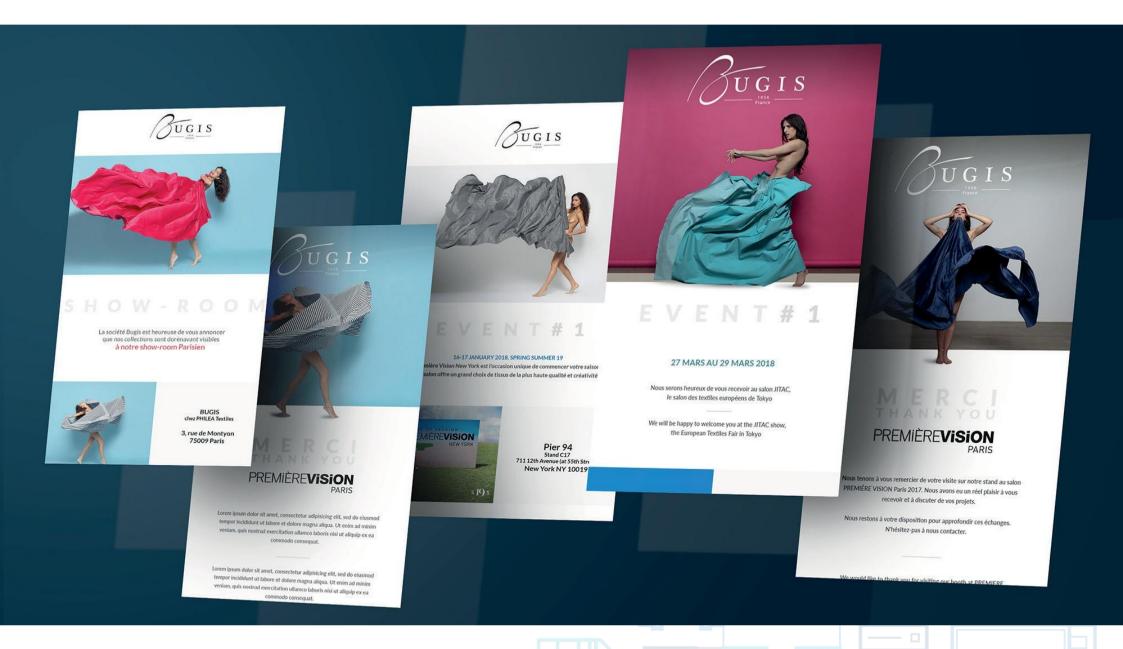


#### Peu importe son objectif: Informatif / promotionnel / événementiel...

- Soignez l'objet du mail
- Choisissez **un titre accrocheur** (moins de 70 caractères)
- Soignez votre contenu (**Design**, orthographe, structure du texte, mise en page...)
- Communiquez des informations pertinentes
- Personnalisez le message
- Utilisez des **images de qualité** (pensez à nommer les balises alt pour optimiser lavisibilité)
- Utilisez un format responsive (smartphone/tablette)
- Utilisez des **call to action** (il est essentiel de créer une interaction avec votre internaute)



#### **EXEMPLE**







## Exemple de structure :

Identification de l'expéditeur

Un titre simple / accrocheur

Un contenu clair et mis en page

Un design soigné

Des «call to action»

Une possibilité de contact facile

Un lien de désincription





- 1 Utilisez vos bases de données clients / prospects
- 2 Créez des adhésions à votre newsletter (Call to action sur votre site / téléchargement de livre blanc / questionnaire / jeu...) Pour enrichir vos bases
- 3 Achetez des bases qualifiées (Attention à cette pratique)

Plus vos internautes se sentiront concernés par votre e-mail / votre entreprise ou votre marque plus votre action sera positive





## **Quelques chiffres:**

- 25% des emails ouverts le sont dans la première heure après l'envoi.
- **10%** dans la deuxième heure
- 40% des emails sont reçus le matin entre 6h et midi.
- **25%** des emails sont reçus entre midi et 18h.
- Les heures qui ont le meilleur taux d'ouverture sont :
- 8h, 9h, 15h, 16h
- IMPORTANT : évitez d'envoyer des newsletters après 22h.



#### A retenir - Tous secteurs confondus:



- Le meilleur moment pour envoyer une campagne dépend avant tout de votre secteur d'activité
- 85% des emails marketing ouverts sont envoyés en semaine (hors week-end)
- Plus de 90% des emails marketing qui génèrent du clics sont envoyés en semaine
- En général, il serait plus efficace d'envoyer vos campagnes entre le mardi et le jeudi
- Les emails générant le plus d'engagement sont souvent envoyés vers 10h ou vers 14h





N'utilisez pas votre boite mail pour les envois Ne récoltez pas d'adresses mails de façon in appropriée Ne devenez pas un spamer (Ayez un rythmerégulier et adapté) N'envoyez pas vos newsletters entre 22h00 et 7h00





#### 1 - Les outils auto-administrables



#### Les avantages:

- Des gestionnaires de création par drag & drop
- Des templates gratuits ou payants à disposition
- Une administration facile
- Des outils abordables / voire gratuits dans certains cas

#### Les inconvénients:

- Manque de personnalisation
- Un temps important à y consacrer (création / rédaction / test...)
- Aucun conseil, ni suivi
- Pas d'accompagnement stratégique
- Pas d'accompagnement aide à la rédaction
- Régulièrement des problèmes de gestion de responsive (affichage mobile)



# 2 - Confiez vos campagnes de newsletter à un professionnel

#### Les avantages:

- Des newsletters 100% personnalisées
- Un design professionnel et 100% responsive
- Un accompagnement stratégique (Contenu / planning de publication...)
- Un service qui correspond à votre besoin
- Un accompagnement rédactionnel
- Un gain de temps (externalisation)
- Une analyse commentée des rétombées des campagnes





## Voici les quelques grands principes à retenir

La définition des données personnelles est élargie à tout ce qui peut permettre d'identifier un individu

Les droits individuels en matière de consentement et d'accès aux données sont renforcés

Les prestataires et sous-traitants (comme les services de Cloud) peuvent désormais être tenus responsables

Les entreprises ont l'obligation de communiquer clairement aux utilisateurs l'utilisation qui sera faite de leurs données et leurs droits à la modification ou l'effacement de celles-ci



Les utilisateurs devront pouvoir annuler facilement leur consentement et demander l'effacement de leurs données dans les meilleurs délais

Les entreprises devront mettre en place des mesures préventives de protection des données

Les entreprises devront informer les personnes concernées de toute fuite des données



## Merci de votre attention



