

WEBINAR

Comment créer une newsletter efficace



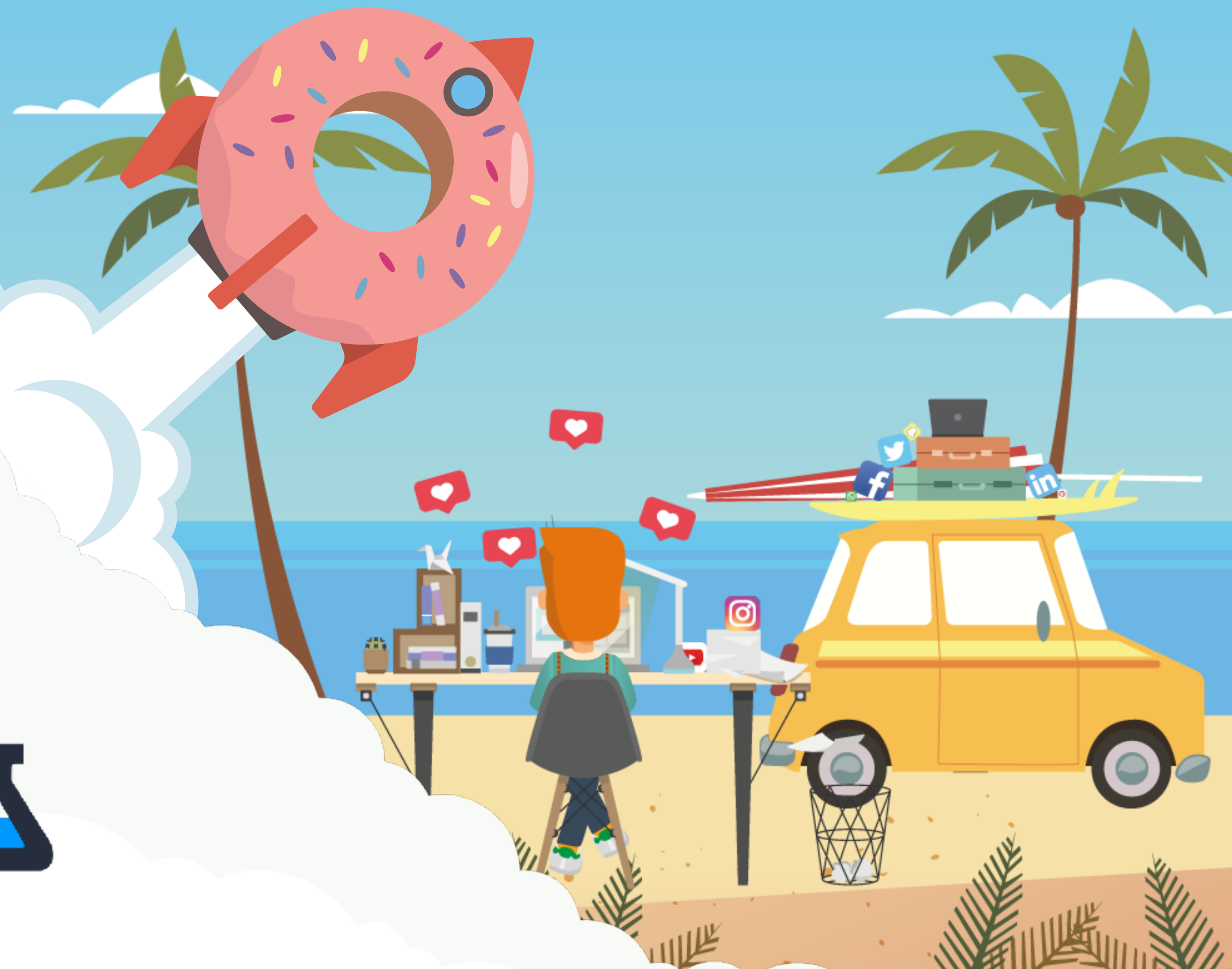
Monsieur
Lucien
VOTRE CONSEILLER WEB & SOCIAL MEDIA

LeLab RH

www.monsieur-lucien.fr - contact@monsieur-lucien.fr - Julien Tourme



Monsieur
Lucien
VOTRE CONSEILLER WEB & SOCIAL MEDIA



STATISTIQUES EMAILING

 **156 millions** de mails envoyés en 1 minute (monde)

 En BtoB, **57%** des professionnels reçoivent plus de 10 emails publicitaires par jour contre **61%** en 2018.

 En 2019 :

- **97%** depuis un ordinateur,
- **46%** depuis un smartphone
- **11%** depuis une tablette.

STATISTIQUES EMAILING

 **50%** des professionnels ouvrent des emailing dans le but de s'informer

 **88%** des internautes consultent leur courrier électronique au moins une fois par jour.

 La personnalisation de l'objet est le facteur d'ouverture principal pour les internautes, suivi de l'originalité de l'objet.

PANORAMA



Secteur	Taux d'ouverture moyen	Taux de clic moyen
Campagne B2B	23%	3,50%
Campagne B2C	29%	4,2%

Type de campagne	Taux d'ouverture	Taux de clic
Acquisition	± 10 %	± 0,8 %
Campagne de fidélisation	± 30 %	± 3 %

PANORAMA



Secteur	Meilleur jour d'envoi	Meilleures heures d'envoi
Ecommerce	Mercredi	10h
Logiciels / SaaS	Mercredi	14h – 15h
Marketing et agences	Mercredi	16h
Boutiques physiques / hotellerie	Jeudi	8h – 10h
B2B	Jeudi	8h – 10h
ONG et associations	Mardi ou mercredi	15h – 16h
Tous secteurs confondus	Mardi ou mercredi	10h ou 15h

Le RGPD

Il répond à 3 objectifs :

- Unifier les réglementations européennes sur la protection des données
- Donner aux citoyens le contrôle sur l'usage fait de leurs données
- Responsabiliser les entreprises sur le traitement des données



Le RGPD

Répondre aux demandes des utilisateurs :

- Droit de rectification
- Droit à l'oubli
- Droit à la portabilité
- Droit à l'accès



Le RGPD

Les bonnes pratiques :

- Une base de données qualifiée qui a donné son accord
- Mise à jour de la base de données
- Mise à jour des formulaires d'inscription / optin différents et confirmation



Le RGPD

- Op-out et opt-in passif interdits
- **Seules les listes 100% opt-in** seront utilisables légalement. Vous devrez également être en mesure de **démontrer que vous avez bien obtenu le consentement de vos contacts**

Le RGPD



- Deux exceptions dans laquelle l'obtention du consentement n'est pas obligatoire :
 - **En BtoB**, à condition que la prospection soit en rapport avec l'activité exercée par le destinataire
 - Pour les clients existants, à condition que vos communications portent sur des produits ou services en rapport avec ce qu'ils ont déjà acheté précédemment



#1 Définir son objectif

- Trafic
- Vente
- Conversion
- Notoriété
- ...
- Définir l'objectif

STRATÉGIE

#2 Définir la cible

À qui s'adresse vos mailings ?

Définir les cibles, les personas, leurs problématiques

Plusieurs cibles = plusieurs listes de diffusion



#3 Créer sa base de données

Quels critères récupérer ?

Sexe / Poste / Zone géographique /

Entreprise / Adresse / Téléphone

Export depuis une plateforme ?

Définir les sections de sa BDD

STRATÉGIE

#4 Le contenu

Texte

Image

GIF

Vidéos

Ligne éditoriale

Quel contenu avons-nous à disposition ou pouvons nous créer ?

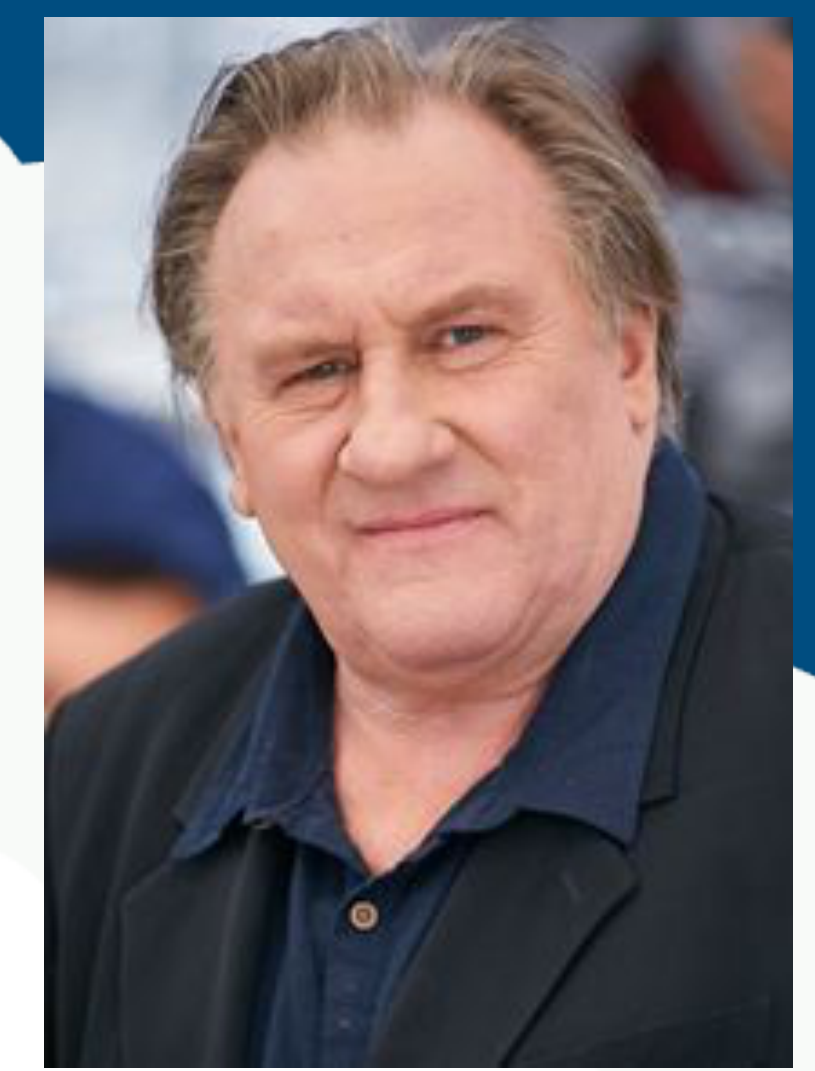
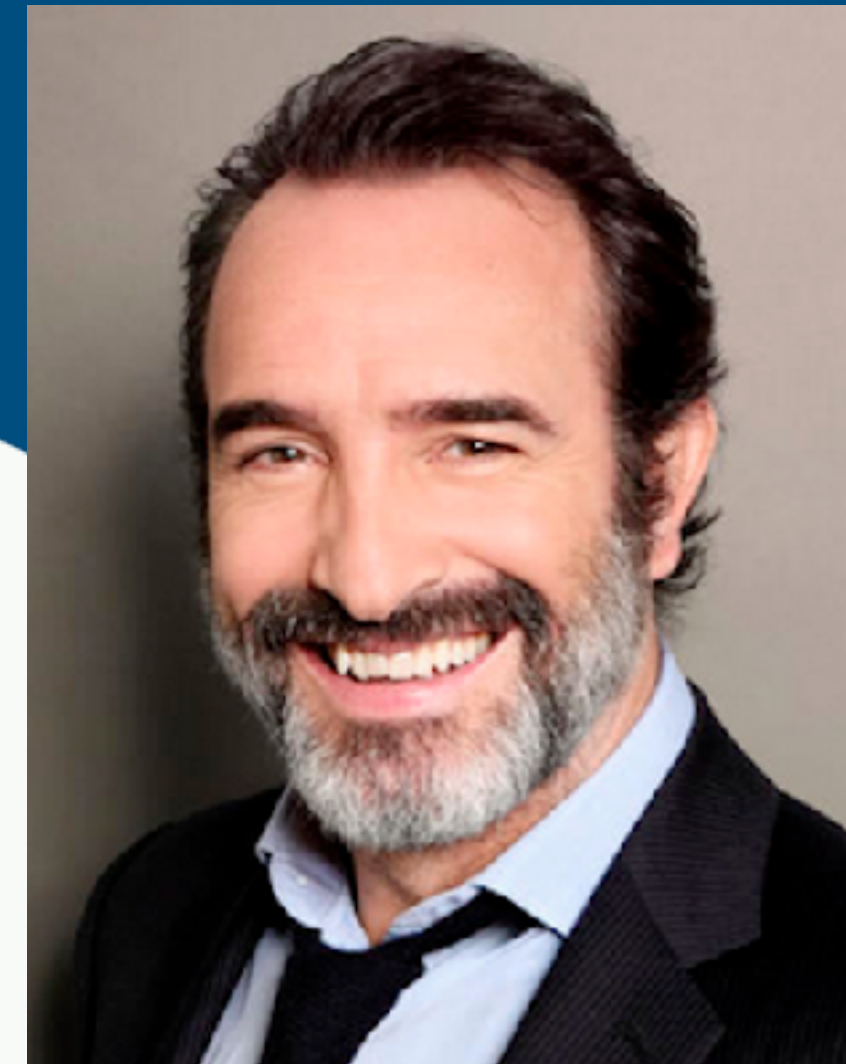
Quel contenu peut intéresser notre cible ?



STRATÉGIE

Définir la ligne éditoriale

- Il s'agit d'une orientation, d'un fil conducteur
- Elle vous permet de définir la façon dont vous souhaitez parler
- Elle détermine l'image que vous souhaitez donner
- Elle fixe un cadre avec des règles de vocabulaire, de ton adaptés à votre cible...
- **Définir la ligne éditoriale et les valeurs**





#5 Prise en main de la plateforme

- Se créer un compte
- Le tableau de bord
- Créer une base de données
- Créer un formulaire à intégrer dans une landing page
- Créer un emailing
- Découvrir l'automation
- Créer un formulaire de désinscription
- Synchroniser Google Analytics
- Basculer sur une IP dédiée

#5 Rédaction

- Définir son objet :
 - Tester différents objets - A/B testing
 - Entre 6 et 10 mots
 - Idée important au départ
 - Personnaliser
 - Éviter le mots trop connotés « newsletter »
 - Emojis en fonction du contexte



#5 Rédaction

- Le pré-header
- Cohérence entre l'objet et le contenu
- CTA = Call To Action
- Donner envie d'en savoir plus
- Soigner le footer



LES ÉTAPES

#6 Le calendrier de publication

Pour votre site , votre blog,
vos newsletters, vos réseaux sociaux

Les événements à forte visibilité

Les événements propre à votre activité

Le contenu à créer pour alimenter vos newsletters



STRATÉGIE

#7 Inbound marketing

Intéresser votre audience par du contenu

#8 Analyser les retombées

Les indicateurs de performances

Les statistiques des campagnes

Comparaison sur une période précédente

LES INDICATEURS

Newsletter

- ➔ Taux d'ouverture
- ➔ Taux de clic
- ➔ Les liens les plus performants
- ➔ Le nombre de désinscrits
- ➔ Les contacts qui ouvrent / cliquent le plus !
- ➔ Trafic sur le site internet généré
- ➔ Nombre de prise de contacts / devis
- ➔ Taux de conversion



Nous contacter

Nantes, Paris... et ailleurs !

☎ 09 52 59 89 36

✉ contact@monsieur-lucien.fr

🌐 www.monsieur-lucien.fr

