

Email marketing (16/16)

Démarrer sa liste d'emails:

- Démarrer avec les premières adresses e-mails
- Faire grandir sa liste au fur et à mesure
- Mettre une demande d'inscription sur le site (pop up, page accueil, dans le blog)
- Motiver le visiteur à laisser son adresse (via une réduction de 10%, cadeau offert)
- L'utilisateur doit avoir consenti à laisser son adresse e-mail
- Un système de désinscription doit également être clairement mis en place

Etablir sa stratégie de contenu d'emailing

- Régularité et consistance
- Les visiteurs aiment être tenus régulièrement au courant (top of mind)
- Partager les nouveautés, les promotions, un nouveau projet, une nouvelle collaboration, une nouvelle identité visuelle, etc
- Partager un nouvel article de blog
- Donner de la valeur à votre client
- Etablir un calendrier éditorial
- Cadence suggérée: toutes les deux semaines

Etablir une séquence de mails automatiques

- Mail de bienvenue, mail anniversaire
- Mail pour la relance panier
- Mail de satisfaction, deux semaines après l'achat
- Mail pour recevoir le feedback du client et le fidéliser
- L'importance de rester dans l'esprit du client (top of mind)

Les bonnes pratiques

- Titre du mail, qui incite à cliquer
- Trouver de l'inspiration dans les emails que vous recevez
- Envoyer les mails depuis une adresse personnelle plutôt que info@
- Les emails doivent être clairs, avec un mélange d'expertise et de promotion

Analyse des paramètres

- Taux d'ouverture
- Taux de clic
- Vérifier le nombre de nouveaux abonnés et le nombre de désinscription
- Observer l'interaction avec votre newsletter, ce qui a attiré le plus de clics