



Parfois il est bon d'avoir un pense-bête devant soi afin de ne rien oublier.
Nous avons imaginé un post-it sur le thème de l'e-mailing pour vous aider à :

CAPITALISER

VOS CAMPAGNES E-MAILING !



Ciblez :

vos destinataires.
Une campagne ciblée a toujours plus de chances d'obtenir des résultats convaincants contrairement à une campagne massive.



Aigiguez :

la curiosité de vos lecteurs
Pensez toujours à un objet accrocheur qui puisse interpeller à ouvrir votre message.



Personnalisez :

votre titre et/ou votre message
En fonction du type de communication que vous souhaitez engager, personnaliser votre message avec des champs de votre base peut rassurer votre lecteur et ainsi donner du crédit à votre e-mailing.



Innovez :

essayez de changer au fil du temps le fond et/ou la forme de votre message. Mais gardez toujours un élément qui rappelle l'identité de votre société ou de votre marque dès le 1er regard.



Tablez :

sur une largeur de colonnes ne dépassant pas les 600 pixels.
Au-delà, votre destinataire risque de devoir scroller de gauche à droite et abandonnera la lecture très rapidement.



Allégez :

au maximum le poids de votre message.
Un poids de message autour de 70 ko est l'idéal. Au-delà de 195 ko cela peut poser des problèmes de délivrabilité.



Listez :

les adresses en erreur, les désabonnements et autres NPAI avant l'envoi de votre campagne.



Suivez :

le comportement de vos destinataires à l'aide des outils de tracking.



Exploitez :

ces résultats de tracking afin d'optimiser les résultats de votre campagne.



Relancez :

les ouvreurs et/ou les cliqueurs si votre stratégie de départ les considère.