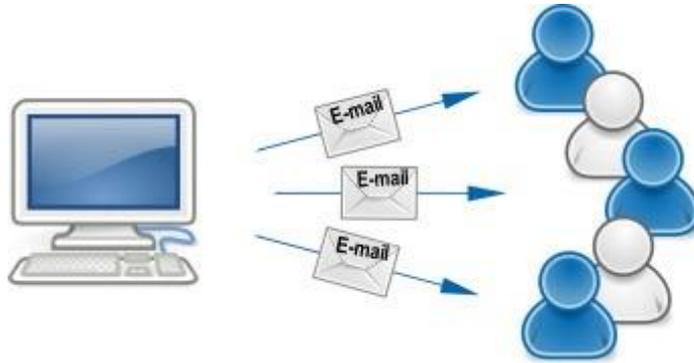


10 conseils pour une stratégie d'emailing efficace : 1ere Partie

1. Créer une stratégie d'engagement et d'élargissement de l'audience



Si votre objectif est de faire croître votre audience, nous vous conseillons d'analyser de quelle manière vos clients sont liés à votre marque (point de vente, évènements, carte de fidélité, etc...), il faut ensuite déterminer comment améliorer les expériences entre les différents contacts et établir avec eux, une relation interactive à travers de nouveaux outils et les nouvelles technologies.

2. Responsivité – n'oubliez pas d'optimiser vos e-mails pour une consultation mobile



Les marques qui ne soignent pas cette étape ont tort, car un e-mail responsive est un outil incontournable dans le but est d'obtenir un meilleur taux de transformation. Etablissez alors un premier contact avec votre client en lui envoyant un e-mail de bienvenue !

3. Veillez à la pertinence de vos données



Ne sous-estimez pas la qualité de vos bases de données. Évaluez les données que vous possédez et exploitez les afin de préparer une communication ciblée qui sera finalement moins onéreuse et bien souvent avec de meilleurs taux de conversion que les campagnes de masse à l'aveugle sur des bases achetées. Dans un premier temps, grâce à cette bonne pratique vous soignez votre réputation d'expéditeur mais vous instaurez également de la confiance entre vous et vos contacts. Aujourd'hui, les consommateurs attendent un véritable professionnalisme quant à la transparence et l'utilisation qui est faite de leurs données.

4. Toujours personnalisez l'e-mail lorsque cela est possible

Vos clients apprécieront les messages personnalisés. Ainsi, insérer des recommandations personnalisées dans vos e-mails marketing peut augmenter vos ventes : +15 à 25% de taux de conversion et +25 à 35% de taux de clics.

5. E-mail consultable sur différents supports



La possibilité d'archiver les messages et de pouvoir les consulter à une date ultérieure influence les préférences du consommateur en ce qui concerne le canal de consultation du message. L'e-mail reste un puissant outil de communication grâce à cette capacité d'adaptation aux trois supports : smartphone, tablette et PC.

A très bientôt pour la suite de nos conseils....