

LE GUIDE POUR REDIGER UN EMAIL MARKETING COMME UN PRO ! Edition 2017

INTRODUCTION

Tout d'abord, je souhaite vous remercier d'avoir commandé l'un de mes services d'email marketing sur **5euros.com**, sachez que le contenu de ce livre n'est disponible que pour mes clients, ce qui vous donne un net avantage sur la concurrence qui n'aura pas forcément accès à ce genre d'informations !

J'ai écrit ce livre dans l'optique de permettre à tous ceux qui souhaite apprendre le B-A-BA de l'emailing à froid de le faire rapidement et sans fioritures.

Voici donc une liste de 10 trucs et astuces à mettre en place pour réussir son email marketing.

1. N'écrivez pas trop !

Le premier point consiste à définir un objet concis de **maximum 70 caractères** pour qu'il s'affiche entièrement dans toutes les boites mails et que vos lecteurs ne loupe pas une partie du titre.

Idem pour le corps du message, évitez les textes long et ennuyeux. La majorité des prospects ne lisent pas plus de 30 secondes un email, inutile d'en faire trop. Par principe, le mieux est de proposer un texte entre 100 et 200 mots, tout au plus et rien d'autres !

2. Personnaliser votre mail, touchez le prospect directement !

Utilisez l'ensemble des informations que vous possédez pour personnaliser au mieux votre email.

Dans le cas d'un emailing à froid, vous ne possédez que très peu d'informations, la principale étant le ciblage.

Si par exemple vous vous adressez à des taxis, écrivez-le, **dès le début** dans l'objet du mail !

Par exemple : « Si vous êtes chauffeur de taxi, vous DEVEZ ouvrir ce mail ! »

Un prospect qui se sent visé par l'objet d'un mail aura plus tendance à ouvrir l'email, c'est logique !

Dans le cas d'un emailing récurrent ou d'une newsletter, utilisez un logiciel de mailing comme Mailchimp par exemple, et personnalisez au maximum votre email : Nom, Prénom, Sexe, ect. Tout est bon pour toucher votre prospect !

Exemple : « Charles, j'ai un message pour vous... »

3. Préparez bien votre liste !

Le meilleur moyen d'éviter que votre adresse email ne tombe dans les spams ou soit bloquer par votre service d'envoi d'email et de posséder une liste d'email marketing de qualité.

Pour cela, deux possibilités :

- La faire soit même avec des prospects qui auront donné volontaire leur email.
- Faire appels à un service professionnel qui utilise un système de vérification d'email comme celui que vous avez probablement acheté avec ce guide.

Une fois chose faite, vous pourrez envoyer votre email sans crainte !

4. Attention aux mots bannis !

Il est très important de ne pas abuser de mots purement racoleurs pour inciter les prospects à ouvrir votre email ou à acheter votre produit.

Si l'effet peut être plus ou moins efficace dans l'esprit des prospects, ce n'est pas du tout le cas auprès des fournisseurs d'adresses mails !

En effet, ces derniers détestent ce genre de chose et n'hésiteront pas à placer votre email directement en SPAM !

Si vous ne voyez pas de quels mots clés je veux parler, en voici une liste non exhaustive :

Augmentez

Gains

Profit

Facile

Maigrir

Performance

Opportunité

Cash

Exceptionnel

Vente privée

Vu à la TV

5. Soyez clair, allez droit au but !

Personne n'aime se sentir mener en bateau, la pire chose que vous pouvez faire pour perdre l'attention de vos prospects est bien de broder votre texte.

N'oubliez pas, vous êtes ici pour proposer de la valeur, le prospect va très vite savoir si le service peut l'intéresser ou non, inutile de broder pendant des heures, vous n'êtes pas là pour écrire un roman mais pour vendre !

Préférez des phrases simples et concises. Focalisez-vous sur le problème que rencontre votre prospect et montrez-lui clairement ce que vous lui proposez pour faire face à ce problème.

Évitez également de vous éparpiller, respectez cette règle :

UN mail = UN problème = UNE solution

Le meilleur moyen de troubler un prospect est de lui soumettre plusieurs problèmes.

6. Attention à l'orthographe !

Si vous n'êtes pas en train d'écrire un roman, ce n'est pas non plus une raison pour faire des fautes d'orthographe, c'est le meilleur moyen de perdre en crédibilité auprès de vos prospects.

Évidemment, une faute ou deux dans le corps du message ne réduira pas à néant votre travail mais la même erreur dans l'objet de votre email peut vous être fatale, intensifiez vos efforts sur ce point.

Si vous n'êtes pas particulièrement à l'aise avec l'orthographe, il existe de très nombreux services payants ou gratuits sur le net pour corriger vos textes avec une efficacité remarquable.

7. Suscitez une émotion

Le côté émotionnel est à la clé de la réussite dans un mailing. C'est ce sentiment qui va faire que votre cible va avoir envie d'ouvrir ou non votre campagne d'email marketing.

En effet un prospect qui éprouvera un sentiment de plaisir en lisant votre objet aura plus de chance de l'ouvrir. Si ce sentiment se poursuit pendant la lecture du message, vous aurez probablement converti votre prospect en client dans les minutes qui suivent !

Le meilleur moyen de faire le test est de créer un mail, le montrer à un proche et regarder sa réaction en direct. S'il sourit, c'est gagné !

8. Oubliez le côté commercial !

Certes, vous êtes là pour vendre dans les faits. Ce n'est pas une raison pour que ce soit la première chose qui vienne à l'esprit de vos prospects !

Si votre email est truffé de liens, de parties graphiques ou de phrases racoleuses, vous aurez vite fait de passer dans le dossier spam du prospect.

N'oubliez pas une chose, le prospect qui ouvre votre mail n'est pas seulement curieux, il veut savoir comment vous allez résoudre son problème s'il fait appel à vos services ou s'il achète votre produit.

75% du contenu de votre mail devrait porter sur le problème de votre prospect, le message doit parler directement à votre prospect et il doit avant tout se reconnaître dans ce que vous évoquez. Si vous arrivez à le toucher à ce niveau, il sera beaucoup plus enclin à lire la fin de votre message et savoir comment vous allez résoudre son problème.

Le meilleur moyen est encore de finir votre email par un appel à l'action. Un lien ou demander un renseignement en réponse au mail (téléphone, rendez-vous ect.)

9. INSPIREZ VOUS !

Vous recevrez probablement des dizaines de mails, voire des centaines si vous êtes comme moi, chaque jour, n'est-ce pas ?

Dans le lot, je suis sûr que vous n'en lisez même pas un pourcent !

Un bon exercice consiste à noter pendant une semaine tous les emails marketing que vous aurez ouvert naturellement (ne vous forcez pas, faites comme d'habitude) dans un dossier. Vous verrez qu'à la fin de la semaine, vous aurez un petit groupe d'emails de grande qualité, qui pourront vous inspirer lors de la rédaction de votre campagne emailing.

10. Testez, testez et testez !

Dernier point et certainement un des plus importants, c'est le test.

L'avantage avec le mailing, c'est qu'il ne coûte presque rien. Du coup, en soit rien ne vous empêche de créer plusieurs emails ou plusieurs campagnes avec des mails très différents, et d'en mesurer l'impact.

Pour cela, n'oubliez pas de choisir un bon service d'emailing pour avoir un maximum de statistiques à analyser, afin de créer votre email parfait.

Personnellement, je vous conseille **Mailjet**, après plusieurs tests, c'est selon moi le meilleur rapport qualité prix.

Vous voici arrivez à la fin de ce guide, j'espère que vous avez appris beaucoup de choses et que vous êtes maintenant prêt à faire décoller votre entreprise.

Je vous souhaite de réussir vos projets et n'oubliez pas l'adage :

« Le secret est dans la liste ! »