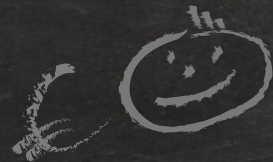


L'EMAIL MARKETING

LA RENTRÉE DES CLASSES,
CE N'EST PLUS SEULEMENT
POUR VOS ENFANTS



GRAPHIC MAIL 

solutions e-mailing & marketing mobile



C'est de nouveau la rentrée... Vous souvenez-vous à quel point ce premier jour était excitant, et à quel point vous étiez nerveux ? Et vous aviez de bonnes raisons : de nouveaux amis, de nouveaux professeurs, de nouvelles matières, des devoirs et des contrôles. Normalement ces craintes disparaissaient rapidement.

Pour être certain que votre nouvelle année soit un succès, nous avons mis au point ces quelques conseils afin de vous permettre de réussir votre campagne d'emailing pour la rentrée.

De nouveaux amis

La rentrée est l'opportunité de se faire de nouveaux amis. Pour la plupart des enfants, les amis sont l'aspect le plus important et le plus sympathique de l'école. Votre campagne doit vous permettre de vous faire de nouveaux amis (ou abonnés). Pour cela vous devez apporter une attention particulière à votre formulaire d'inscription. Vous devez donc :

Demander aux gens de devenir votre ami

Pour cela créez un [formulaire d'inscription opt-in](#) et placez des liens vers celui-ci dans différentes pages de votre site. Il doit comporter au minimum votre

logo et être dans l'esprit de votre marque. Les enfants sont aussi sensibles à cela !

Poser des questions à vos amis

Demandez-leurs au moins leur prénom et numéro de téléphone.

Soyez poli et amical

Ceci suppose d'intégrer une page de remerciements pour vos nouveaux abonnés ou d'installer un [autorépondeur](#). Avec un message de bienvenue ou un lien de confirmation. Faites la même chose avec un autorépondeur d'adieu pour les désabonnements.

Suivez ces règles simples et vous deviendrez très vite un des élèves les plus populaires de la classe.

Faire votre travail

$1+1=...$ $2+2=...$

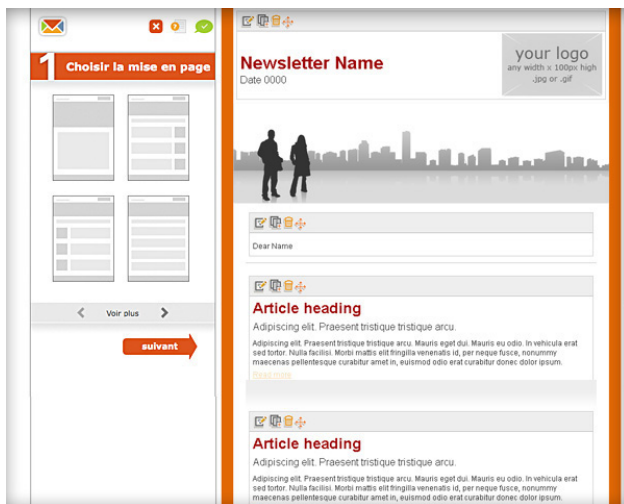
Personne n'aime ça, après un après-midi passé en classe à rêvasser ou s'embêter, mais certains projets peuvent être fun ! Trouvez simplement la créativité dans vos rêveries ou votre temps libre et appliquez cette créativité à vos projets ou campagnes d'emailing. Mais comme dans chaque projet, il y a une différence entre un 10/20 et un 20/20. Voici ce que vous devez savoir pour approcher du 20/20 :

Faites des recherches

Faites passer le bon message avec le bon contenu. Assurez vous que le contenu couvre tout ce que le professeur (dans ce cas précis vos abonnés) a demandé.

Quelque chose de clair et lisible

Si le professeur ne peut pas lire votre écriture ou si vos arguments ne sont pas clairs, cela pourra faire une grande différence. Vous devez considérer que l'agencement de votre newsletter doit varier en fonction du sujet.



- Un email sur deux colonnes vous permettra d'appuyer votre message et de faire la promotion d'une nouvelle offre.
- Un email sur une seule colonne est adapté à un message simple.
- Une promotion doit comporter un élément graphique sympa.
- Une invitation doit comporter une seconde colonne où l'évènement, l'heure et les informations pratiques sont séparés du message.

Comme vous le dira tout bon professeur, il n'y a pas qu'une seule bonne façon de faire.

Il y a toujours un élève surdoué qui sort du lot. Faites en sorte que ce soit votre newsletter qui sorte du lot ! De la même façon que les professeurs aiment les projets bien pensés, vos abonnés apprécieront vos newsletters pleines d'informations intéressantes et visuellement agréables.

Les tests

La plupart d'entre nous n'aiment pas les devoirs, mais nous devons y passer si nous voulons réussir les tests. Et ce jour arrive inévitablement ! Préparez vos copies, asseyez-vous à votre bureau, sortez vos crayons et ouvrez le sujet. Voici quelques conseils pour bien tester vos emails :

Testez le visuel de votre newsletter sur différentes plateformes

Il existe des dizaines de clients emails (par exemple : Outlook 2003, Outlook 2007, Lotus, Entourage, Applemail, Thunderbird, etc) et boîtes de réceptions

OU...LOOK ...MAIL ENT...URAGE HO...MAIL LOTU...

(par exemple : La Poste, Orange, Gmail, Yahoo, Hotmail, etc.) et chacun rend les emails légèrement différents. Nous allons bientôt lancer un outil qui vous permettra de voir ce que donnent vos mails dans différentes boîtes de réception.

Testez la délivrabilité de votre newsletter sur différentes plateformes

Faites attention au corps du texte et au sujet. Des mots comme test, ventes, des lettres majuscules ou même des exclamations peuvent amener les serveurs à vous considérer comme un spam. Pour éviter d'être considéré comme un spam, testez vos mails avant l'envoi.

Voici quelques anti-sèches, mais le professeur autorise les documents, donc ne prenez pas la peine d'écrire cela sur votre bras ou de le cacher dans votre trousse.

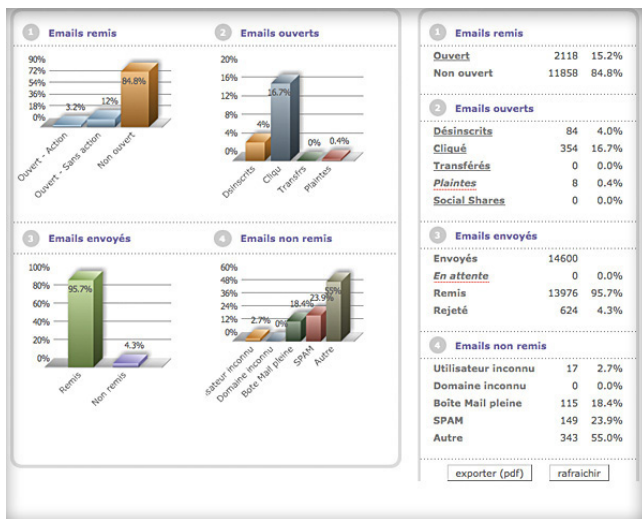
1. Le texte comporte-t-il des fautes d'orthographe ?
2. Mon contenu est-il intéressant ?
3. Quel titre donnera envie à mes abonnés d'ouvrir le mail ?
4. Mes images sont-elles bien placées et en alternance avec le texte ?
5. Vérifier le taux de Spam ! (clic sur Spamscore lors d'un essai)
6. Testez votre newsletter !
7. Envoyez votre newsletter !

Lorsque vous êtes prêt, appuyez sur ENVOYER, et attendez que le téléphone sonne.

Recevez votre bulletin

10/10 A+

On connaît tous ce sentiment, l'estomac noué quand le professeur à notre bulletin en main. Comment cela s'est passé ? Est-ce que le travail a payé ? Vos résultats ont-ils augmentés ? Une campagne emailing est comme un contrôle, elle est mesurable grâce aux [analyses statistiques](#).



Voici quelques conseils pour bien comprendre votre bulletin de note :

- Combien de vos emails ont été reçus et combien ont été refusés ?
- Combien d'abonnés ont ouvert votre email ?
- Sur combien de liens ont-ils cliqués ?
- Sur quels liens ont-ils cliqués ?
- Combien de personnes ont transféré votre newsletter?
- Combien de personnes ont partagé leurs réseaux sociaux?

Votre bulletin vous le dit : soit vous avez excellé, soit vous êtes à la traîne. Vos rapports de campagnes emailing vous donnent les mêmes informations, alors utilisez-les pour guider vos futures campagnes.



Vos activités extrascolaires

L'école n'enseigne pas uniquement dans les salles de classes. Mais aussi dans la cour, sur le terrain de foot ou au club d'échec. Il en va de même pour l'email marketing, cela va plus loin que la boîte de réception.

Assurez-vous que votre email comporte un lien vers les réseaux sociaux en insérant un Widget de réseau social dans vos mails afin que vos abonnés puissent facilement la « tweeter » ou la poster sur leurs comptes Facebook.

Chez GraphicMail, nous avons pris le chemin des réseaux sociaux. Dorénavant vous pourrez facilement diffuser votre message en publiant votre newsletter directement sur Facebook et Twitter.

De la même manière que la rumeur circule dans la cours de récréation, votre actualité fera rapidement le tour des différents réseaux sociaux.

Et le meilleur dans tout ça ? Vous pouvez obtenir vos statistiques de réseaux

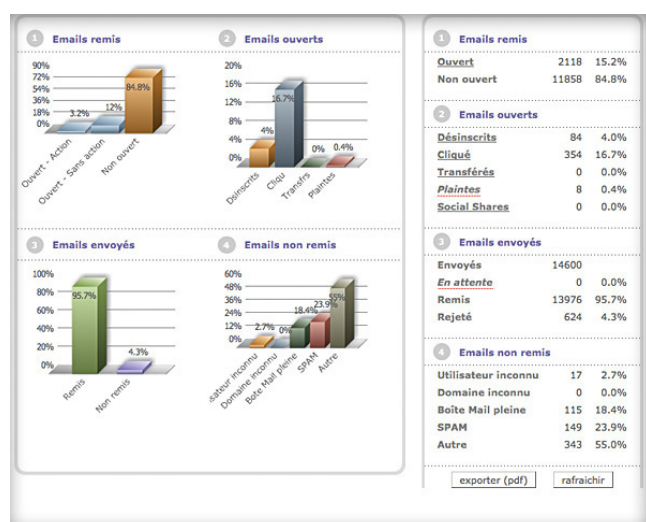
sociaux, ce qui signifie combien de personnes ont partagé votre message sur les réseaux sociaux, qui l'a fait et sur quels réseaux.

De nos jours, il est de rigueur pour chaque écolier d'avoir un téléphone portable. Et les textos sont leurs moyens de communication préférés, ne limitez donc pas vos messages important aux emails. Si quelque chose est véritablement urgent, envoyez un [texto](#).



Premier de la classe

Nous voulons tous être premier de la classe, mais ils font tout paraître trop facile. Pendant que nous travaillons d'arrache-pied, ils donnent l'impression de s'asseoir et de naviguer tranquillement au milieu de tout ça.



Voici quelques outils d'email marketing qui vous aideront à exceller en donnant l'impression que cela est très facile.

Assurez-vous que vous obtenez les meilleurs résultats aux tests

Imaginez que vous connaissiez les résultats du test à l'avance. Le [test A/B split](#) vous permet de faire ça

en testant alternativement différents agencements de la newsletter auprès de petites parties de vos abonnés avant de l'envoyer à votre mailing list complète.

Faites vos devoirs en dormant

Utilisez les déclencheurs automatiques de campagnes d'emailing de façon à toucher la bonne personne au bon moment, tout en faisant quelque chose d'autre.

Faites deux choses à la fois

Une fois que vous avez posté un post sur votre blog (ou mis à jour un flux RSS) [Feedmail](#) transforme votre post en un email attractif et l'envoie à vos

abonnés.

Intégrez

Vous pouvez intégrer votre email marketing et des plateformes en open source ainsi que Google analytics. [En savoir plus.](#)

