

L'infolettre : un moyen de se faire connaître par de nouveaux clients?

Si vous avez déjà fait de la vente au porte-à-porte ou du démarchage par téléphone, vous n'êtes probablement pas sans savoir que la tendance va vers le numérique pour réaliser de nouvelles ventes. Il y a toujours des avantages et un marché au démarchage par poignées de main ou téléphonique, mais un autre joueur, qui est le marketing par le numérique, s'impose de plus en plus. Même que vous pourriez dire que le marketing numérique est incontournable! En effet, le nombre de premiers contacts que vous pouvez faire par internet est considérable. De plus en plus de premiers contacts, voire parfois de ventes, se font par internet avec les applications d'achats en ligne. Il existe, comme partie intégrante du marketing technologique, [le marketing par courriels](#).

Comment faire pour maîtriser le marketing par courriel? Comment bien se servir des courriels pour avoir un bon contact avec vos clients potentiels? Quand vous recevez une infolettre, comment réagissez-vous? En fait, une infolettre, si bien écrite, bien montée, et à une fréquence raisonnable, devient un puissant allié pour susciter des interactions positives avec vos clients et futurs clients. Donc, vous gagnez à savoir comment rédiger une bonne infolettre. Vous gagnez à savoir comment bien gérer une infolettre aussi.

Il y a des limites à utiliser une infolettre

Oui, même si l'infolettre est un bon outil de marketing, des cadres juridiques et des principes l'encadrent. Bien que se soucier de ces faits peut causer une inquiétude par rapport à votre marketing, vous pouvez en apprendre plus concernant les limites à ne pas dépasser avec l'infolettre et à [connaître ces cadres juridiques](#). Par exemple, il est indiqué de ne pas écrire à des gens que vous ne connaissez pas et de ne pas choisir des listes de courriels au hasard pour envoyer votre infolettre. Ceci est considéré comme du harcèlement ou une intrusion dans la vie privée des gens.

Deuxièmement, votre niveau d'insistance pourrait éventuellement vous nuire si vous réécrivez plus de trois fois à une personne qui n'ouvre pas votre infolettre ou une personne qui lit vos courriels sans vous retourner de réponse. Après un troisième courriel, vous pouvez considérer que cette personne n'a pas d'intérêt pour vos produits ou services, puis passer à la prochaine personne.

L'infolettre est facile à insérer sur un site web régulièrement consulté qui parle de produits et de services. Ainsi, vous avez un bouton « S'abonner à notre infolettre ». Si une personne clique sur ce bouton, c'est qu'elle a un intérêt à recevoir vos courriels promotionnels. Ceci est une porte ouverte

sans être une acceptation de votre offre. C'est une acceptation de lire vos courriels promotionnels simplement. D'où l'importance de donner un contenu intéressant et pas seulement un amas de mots vendeurs tels que « meilleure offre à ce jour » ou « Il vous reste x jours pour en profiter. » Ces approches fonctionnent de moins en moins avec les gens, qui sont plus informés et plus critiques des tactiques de ventes.

Une approche vise à compiler les courriels de gens qui sont déjà d'accord à recevoir une infolettre

Si un site web est une bonne façon d'insérer un bouton d'action ramenant vers votre infolettre, une liste de clients potentiels déjà établie est aussi une approche gagnante. Les gens qui ont déjà bénéficié de vos services ou acheté vos produits peuvent être intéressés à recevoir votre contenu puisqu'ils ont déjà manifesté un intérêt pour ce que vous faites. Il vous suffit ensuite de leur demander s'ils voudraient recevoir une infolettre de vous ou de votre entreprise. Oui, il est toujours préférable et même recommandable d'envoyer votre infolettre à des gens qui ont déjà mentionné un intérêt à la recevoir.

Maintenant que les règles et la bonne gestion d'une base de contacts d'une infolettre sont définis, il reste à délimiter d'autres paramètres qui vont améliorer vos chances de réussites en marketing par courriel. Nous parlons premièrement de savoir ce qu'est une stratégie de marketing par courriel. Nous cherchons à définir cette stratégie.

Dans un deuxième temps, nous désirons aller plus en détails dans ce qu'est une [base de contacts pour des courriels](#). Nous allons tenter de définir quelques méthodes de collectes. Il y a l'insertion d'un lien sur votre site web et la collecte de courriels de prospects potentiellement intéressés, mais de façon manuelle. Il y a par contre plusieurs méthodes non nommées plus haut sur lesquelles il vaut la peine de se pencher.

Le marketing par concours

Même si le marketing par tirage au sort ou avec des concours est souvent critiqué, voire dénoncé pour des pratiques douteuses dans des médias comme l'émission Enquête ou JE, sachez que les cas que vous voyez dans ces reportages sont des exemples à ne PAS suivre! Il y a des concours qui créent vraiment des opportunités à des clients et qui remplissent leurs promesses. C'est ce que vous chercherez à créer si vous y allez par cette méthode. Vous pouvez créer un concours où les gens consentent à recevoir votre infolettre en participant. Il est important dans ce cas de rendre claire cette modalité d'adhésion à votre infolettre. Le client doit savoir que son courriel sera utilisé à des fins promotionnelles. Ceci étant dit, c'est un moyen valable d'alimenter votre liste de courriels grâce à des concours. Assurez-vous par contre que vous pourrez donner le prix à un gagnant à l'issue de ce concours!

Louer des adresses mail

Il y a possibilité de faire affaire avec une entreprise tierce qui vend ou loue des listes de courriels de gens consentants à [recevoir des infolettres](#). Par contre, il est important que les gens y aient réellement consenti, donc il n'est jamais mauvais de vouloir en savoir davantage sur l'entreprise ou le site web qui offre ces listes de prospects potentiels. Cette pratique est par contre bénéfique lorsque bien rodée avec une tierce partie de confiance. Ce qui est à éviter : collecter des listes d'adresses courriel de personnes ou d'entreprises qui n'ont manifesté aucun intérêt à recevoir une infolettre de votre part, puis de leur envoyer votre infolettre. Cette pratique manque beaucoup de professionnalisme. Non seulement votre interlocuteur peut percevoir votre approche comme du harcèlement, mais les chances qu'il devienne un futur client sont très minces.

Roder une infolettre qui attire les regards et qui offre du contenu de qualité : comment vous y prendre?

Vous savez que le marketing par courriel doit être fait avec doigté et que certaines pratiques sont à proscrire, voire défendues. Cependant, un bon avantage à tirer du marketing par courriel est qu'il est direct. Si vous savez bien cerner les besoins globaux de votre interlocuteur, le contact par courriel est aussi viable que la vente en personne dans un magasin de grande surface. Vous n'emploieriez pas non plus le même type de courriel si vous vendez votre offre à des entreprises que si vous la vendez à des particuliers.

Par contre, peu importe à qui ou à quelle entité morale vous envoyez un courriel, le courriel devra au minimum avoir une ligne de signature personnalisée, ce qui fait beaucoup plus professionnel qu'une signature tapée simplement depuis votre clavier. La signature est l'équivalent de la poignée de mains! Elle doit être soignée.

De plus, une infolettre sans aucune image peut paraître longue de lecture pour un internaute qui a peu de temps dans sa journée. Rédiger 5 longs paragraphes, sans aucun contenu imagé ou interactif, revient à faire en sorte que votre courriel sera ouvert, oui, mais il ne sera pas lu jusqu'au bout, voire même supprimé faute de temps pour votre internaute. Dans le monde actuel, beaucoup d'obligations empêchent de lire de longues infolettres; des obligations telles que les enfants, le couple, le travail, les affaires... De cette façon, une infolettre qui contient un peu moins de texte, mais des images significatives, permet de garder l'attention de votre lecteur d'infolettres le plus longtemps possible. Illustré, votre propos et votre message de vente passera beaucoup mieux que des longs paragraphes. En guise d'exemple, vous pouvez très bien écrire en plus de 1500 mots que le fichier de calcul de taxes que vous offrez est facile d'utilisation, mais avec autant d'explications techniques et autant de mots, rares, très rares seront les lecteurs qui liront votre propos jusqu'au bout. Entre deux et trois paragraphes de 5 à 8 lignes, avec une image qui illustre comment est fait votre fichier de calcul, pourra davantage parler à votre lecteur, qui verra

peut-être de façon concrète de quelle façon votre fichier peut lui faciliter la vie. Le courriel, ce n'est pas un article de blogue : un courriel doit être concis!

Vous aurez aussi la possibilité d'inclure des diagrammes et des graphiques dans votre courriel pour rendre les chiffres vivants, si vous présentez des statistiques ou des données financières. En effet, pour une personne qui cherche à propulser son entreprise, un diagramme qui indique les résultats moyens suite à votre campagne de ventes peut montrer clairement que choisir votre programme plutôt que celui d'un de vos concurrents peut être avantageux. Pour que cette démarche soit fructueuse, vous devez par contre montrer une évolution significative suite à l'adhésion à votre programme. Par exemple, une croissance de 35% est un chiffre significatif suite à votre programme. Une croissance de 1% pourra paraître dérisoire à votre interlocuteur. Bref, exposer vos compétences, imager ce que vous désirez exprimer, le pourquoi votre produit ou service est bon permet de capter votre message en quelques secondes. Évidemment, les images que vous choisissiez se doivent d'être cohérentes par rapport à votre message. Une photo de votre visage n'indique particulièrement pas de grands progrès financiers. Donc, pour vendre un programme de formation pour la croissance des entreprises, insérez plutôt des graphiques. Puis, dans votre texte, intégrez des chiffres. La définition de ce qui est adéquat comme image varie beaucoup en fonction de ce que vous aimeriez proposer à vos lecteurs.

La taille et le volume de votre courriel devraient être raisonnables

Qu'entend-on par raisonnable? En fait, la taille d'un courriel ne devrait pas être difficile à télécharger pour un internaute qui possède internet à haute vitesse. Les images libres de droit que vous pouvez acquérir en ligne peuvent être lourdes parfois et ralentir le téléchargement de votre courriel. Un retravail sur les images avec un logiciel reconnu peut alléger considérablement votre contenu.

Donc, il y a des pratiques à éviter, telles que les trop longs textes dans vos courriels de prospection, les images trop lourdes, l'absence d'images, les images et le contenu non significatifs, puis l'absence de graphiques quand c'est de chiffres ou de finances dont vous traitez dans le courriel. De plus, ce qui est à éviter aussi : le harcèlement, l'envoi d'infolettres non sollicitées et la cueillette de courriels de tiers non fiables. Un coup que vous savez cela, que pourriez-vous absolument faire pour que votre infolettre ou votre courriel prospectif soit lu et répondu? En somme, rédigez un courriel intéressant, riche de contenus à connaître sur votre offre. Ensuite, grâce à des outils de mesure telles que le taux d'ouverture de vos courriels, le taux de clics, le taux de rebond et le temps de lecture, vous pourrez obtenir les meilleurs outils pour évaluer la force de votre campagne de marketing par courriels.

Formation pour OBNL



Nos formations appréciées par les OBNL



- Comptabilité
- États financiers
- Avec Quickbooks
- En OBNL
- [\[Détails\]](#)



- Comptabilité
- États financiers
- Sage 50 (simple comptable)
- En OBNL
- [\[Détails\]](#)



- Recrutement
- Mobilisation
- Rétention

- OBNL
- [\[Détails\]](#)



- Temps
- Gestion
- Priorité
- OBNL
- [\[Détails\]](#)



- Excel
- Tableau
- Fonctions
- Croisé dynamique
- [\[Détails\]](#)



- G Suite
- Collaboration
- Sheets
- OBNL
- [\[Détails\]](#)



- Mailchimp
- Marketing
- Emailing
- OBNL
- [\[Détails\]](#)



- Facebook
- Marketing
- Réseaux sociaux
- OBNL
- [\[Détails\]](#)

Les OBNLs travaillent sans relâche pour plusieurs causes aidant les communautés. Doussou Formation aborde ses opérations avec le même état d'esprit. Nous croyons en nos équipes, nous voulons créer une différence auprès des gens qui suivent des cours avec nous et nous voulons constamment être plus efficaces. En ce sens, nous comprenons la mission des OBNLs et nous avons collaboré avec plusieurs d'entre elles par le passé.

Afin de vous aider à assister les communautés, nous offrons un soutien indirect en appliquant un rabais de 15 % sur toutes nos formations suivies par un organisme à but non lucratif.

Doussou Formation représente la première étape pour former vos employés et rendre votre organisation efficiente. Aidez plus, aidez mieux, en suivant l'une de nos nombreuses formations engageantes.

Formations OBNL

Capital humain et service client

Gestion des ressources humaines en période de crise

Gérer un employé difficile / Reconnu par Emploi-Québec

Gérer les conflits en milieu de travail / Reconnu par Emploi-Québec

Comment intervenir efficacement dans un monde post-COVID

Agir adéquatement dans les situations à risque d'agressivité ou d'agressions

Attirer et retenir les meilleurs employés

Gérer son temps et ses priorités

Gérer un client difficile

Cours de français

Vulgarisation et adaptation de texte spécialisé

Révision linguistique

L'art de la rédaction

Corriger et enrichir ses textes avec Antidote

Améliorer son français écrit

Gestion de projet et efficacité

GIT: Rédiger une documentation technique

Confluence: Optimiser la collaboration dans votre entreprise

Trello: Outil de gestion de projet

Les préceptes de la gestion de projet

Facebook Manager et outil statistique

E-Marketing et E-Mailing (Infolettre)

CRM vTiger: Gestion de la relation client

Formation Avancée : Gérer LinkedIn pour professionnel

Prise en main de MailChimp

Prise en main d'Instagram

WordPress et création de site web

Créer un thème WordPress et référencement

Worpress: Optimiser son référencement

Formation WordPress personnalisée

WordPress: Votre site web avec le thème DIVI

WordPress: Créer un site web ou un blog

Acrobat Pro

PDF Expert: Création de document et signature numérique

Formulaire et signature numérique

Création de documents PDS

Accessibilité

Suite Office

Maîtriser les macros et initiation à la programmation

Excel: Perfectionnement

Excel: Les fondamentaux

[Excel: La plus complète](#)

Microsoft Powerpoint

Microsoft Publisher

Pour nous transmettre une demande: Téléphone: 438-869-8543 / 514 817 1932

Par courriel: info@doussou-formation.com

Rédaction d'infolettres : Un art pour bien atteindre votre clientèle?

Presque tout le monde peut rédiger une infolettre, pourvu qu'on ait une base avec MailChimp ou un autre logiciel du genre. Toutefois, tout le monde ne peut pas écrire une bonne infolettre. C'est-à-dire, écrire une infolettre qui rapportera un excellent retour sur investissement pour très peu de désabonnements.

Chez Doussou Formation, nous offrons justement deux formations en lien avec cet objectif qui aidera certainement vos ventes : E-Mailing (Formation Infolettres) et MailChimp.

MailChimp : Qu'est-ce que c'est?

C'est sans doute la plus connue des plateformes pour la gestion de vos infolettres. Très flexible, intuitif et à l'interface soignée, MailChimp est un allié incontournable. L'une des forces majeures de passer par ce genre de logiciel plutôt que d'envoyer vos infolettres par Outlook est qu'il propose plusieurs outils de mesure. En effet, vous pourrez voir si les gens ont reçu vos courriels, les ont ouvert et combien d'entre eux se sont désabonnés. Après moult mesures, vous pourrez adapter vos stratégies afin de mieux atteindre vos buts en termes d'E-Mailing.

Formation MailChimp chez Doussou Formation

Chez Doussou Formation, nous offrons plusieurs formations, dont l'une, visant exclusivement l'apprentissage de MailChimp. La prise en main de cet outil n'est pas sorcière. Néanmoins, MailChimp offre tellement de possibilités qu'il demeure essentiel de les connaître si vous voulez sortir votre épingle du jeu et obtenir le meilleur retour sur investissement.

Ensemble, verrons ce qu'est MailChimp et quelles en sont les forces. Ensuite, nous explorerons la configuration de votre compte, mais également des paramètres de votre campagne. Finalement, nous regarderons comment vous pouvez personnaliser vos infolettres grâce à MailChimp afin d'améliorer votre taux de conversion.

Nos formateurs possèdent plus de 20 ans d'expérience en marketing et l'infolettre demeure un outil accessible, mais dont il faut comprendre les mécaniques. Apprenez MailChimp cette année avec Doussou Formation et atteignez vos objectifs.

Formation E-Mailing chez Doussou Formation

Si vous désirez apprendre la base de l'infolettre, ceci représente la formation idéale pour le faire. MailChimp est un outil puissant, mais si vous ne savez pas ce que représente une infolettre ni comment l'utiliser en fonction de vos objectifs, vous seriez mieux de commencer par la base.

Heureusement, Doussou Formation offre ce cours! Une infolettre est destinée à votre liste de diffusion pour leur annoncer une information. Il va de soi qu'en la personnalisant, vous obtiendrez un meilleur retour sur investissement. Les gens n'ont que très peu de temps et leur attention est courte (pensez à un poisson rouge). Vous voulez donc sortir du lot et qu'ils lisent vos messages. Voici précisément ce que vous verrez avec nous durant la formation E-Mailing.

Ainsi, nous vous présenterons le contenu d'une bonne infolettre, mais également le contenant. C'est-à-dire la stratégie marketing l'entourant. Vous aurez l'opportunité de mettre en pratique vos connaissances dans un atelier pratique où vous devrez concevoir une infolettre en remplissant certains critères. La question légale se pose désormais au Canada lorsqu'on envoie des infolettres, vous le verrez aussi afin de ne pas être surpris. Finalement, ce qui est possiblement le plus important, vous apprendrez à mesurer les performances de votre dernière infolettre et à en comprendre les données afin de l'améliorer.

[Formation Prise en main de MailChimp](#)

[Formation E-Mailing \(Infolettre\)](#)