



Des conseils et des astuces en provenance de la vraie vie des Emarketers

Publication des 10 astuces ayant suscité le plus de vote au *Concours de la meilleure Astuce pour améliorer ses Emailings et ses Newsletters* organisé par Message Business, Agence MD Megabase et Maximiles.

Noury Solutions gagnant en catégorie B2B
Sortie Pour les Enfants gagnant en catégorie B2C

Paris, le 20 janvier 2009

Lancé au dernier trimestre 2008 par Message Business, Maximiles et Agence MD – La Megabase, le *Concours de la meilleure Astuce pour améliorer ses Emailings et ses Newsletters* a rencontré un bel intérêt de la part des internautes professionnels avec des astuces publiées, particulièrement intéressantes et le vote actif des participants.



<http://www.message-business.com/concours-astuce-emailing/>

Noury Solutions et Sorties Pour les enfants ont recueilli plus de 50 votes sur leurs astuces.

De manière plus qualitative, ce concours a aussi été l'occasion de recueillir des savoir-faire et des connaissances en marketing direct issues de la vraie vie des Emarketers et de les partager avec la communauté des professionnels.

Ce communiqué publie ci-dessous les 10 meilleures astuces dont le contenu peut être ré-exploité et réutilisé.



Message Business
communiquiez, prospérez

Les 5 Astuces Emailing de la Catégorie B2B ayant reçu le plus grand nombre de votes

Astuce n°1 : Optimisez la relance en vous basant sur les liens cliqués par les destinataires

Par Noury Solutions

Le conseil : Je recommande de prendre en compte les résultats par lien et de relancer les prospects avec un Emailing adapté et spécifique au produit et/ou service concerné par le lien cliqué dans le premier Email. En s'appuyant sur les résultats par lien, on s'approche davantage du goulot de notre entonnoir en ciblant l'intérêt du prospect. De plus, on continue à faire connaître notre société à des prospects qui ont déjà fait un pas vers notre offre. Une bonne préparation et une mise en confiance idéale pour un premier appel de prospection !

Astuce n°2 : Soyez prudent mais malin dans la collecte d'adresses sur Internet

Par Et Maintenant

Le conseil : La récupération d'adresses sur Internet est plus que tentante mais doit être soumise à une vigilance extrême. Si en B2C elle est strictement interdite, en B2B certaines possibilités sont envisageables mais ne faites pas n'importe quoi ! Ne récupérez que des adresses génériques professionnelles, adressez-leur des messages en rapport avec votre activité et leur fonction et faites attention au droit d'auteur de certains annuaires : il est par exemple interdit de collecter de manière automatisée sur des annuaires type Pages Jaunes. Limitez-vous donc à des listes très ciblées à qui vous enverrez des messages ultra personnalisés.

Astuce n°3 : Ne stimulez pas vos NPAI et vos adresses silencieuses

Par Alexia

Le conseil : les adresses incorrectes sont à bannir de votre base contact mais aussi celles qui ne répondent à aucun de vos envois (par exemple depuis 1 an). Votre base contact doit être propre, actualisée et donc régulièrement et intelligemment stimulée. Vous ferez des économies de routage et gagnerez en efficacité.

Astuce n°4 : mettre du texte pour passer les antispams

Par MN Organisation

Le conseil : ne pas trop utiliser les photos et les images, mais plutôt utiliser du texte avec comme background une couleur. Cela prend plus de temps à construire mais c'est plus efficace et permet de passer beaucoup plus facilement les filtres Spam et augmenter votre taux de réussite !

Astuce n°5 : privilégiez le contenu avant à la forme

Par jphd-conseil.com

Le conseil : Bien entendu le design (la forme) de l'emailing aura une incidence non négligeable sur l'efficacité de la campagne mais l'essentiel reste le fond de l'emailing, c'est-à-dire le contenu – le message. Même si le graphisme de l'emailing est limité – sobre mais avec un réel travail sur le contenu éditorial et sur l'offre qui est promue, il aura plus de valeur et surtout d'efficacité qu'un emailing graphiquement sophistiqué mais vide de sens.

Le Gagnant de la catégorie B2B est Noury Solutions.

<http://www.nourysolutions.com/>

NourY Solutions est un cabinet de conseil et d'expertise spécialisé sur les Systèmes de Gestion des Bases de Données et l'Architecture Technique des Systèmes d'Information. Grâce aux 29 votes sur son judicieux conseil relatif à une analyse qualitative des liens cliqués pour décider de la typologie de relance, Noury Solutions sera accompagnée par Message Business et Agence MD Megabase pour mener une opération de prospection B 2 B pour un montant total de 3000 Euros.



Les 5 Astuces Emailing de la Catégorie B2C ayant reçu le plus grand nombre de votes

Astuce n°1 : Choisir avec soin le jour mais aussi l'heure d'envoi

Par sortiepourlesenfants.fr

Le conseil : La disponibilité pour accueillir un nouvel email est essentielle et conditionnera le fait de l'ouvrir ou pas, de le parcourir rapidement ou de le lire, de cliquer pour en savoir plus ou pas. Si l'on ne peut pas préjuger de la disponibilité de celui ou celle qui réceptionne le mail, on peut s'interroger en fonction de la cible sur le moment de la journée ou le jour de la semaine le plus propice à cette disponibilité. Selon que votre cible est à la maison ou au bureau, disponible ou pas à certaines heures, il est facile de délimiter une fenêtre de tir optimum. Et si vous êtes embarrassé, faites des tests et comparez les résultats ! Dernière suggestion : ne faites pas votre envoi au dernier moment et prenez en compte un délai de latence, surtout sur des gros volumes. Générer des centaines de milliers de mail et les envoyer peut prendre du temps (1 H et plus) même chez les meilleurs routeurs.

Astuce n°2 : Optimiser la délivrabilité de sa newsletter au delà des antispams et jusqu'aux cerveaux de vos destinataires

Par info-star.fr

Le conseil : Pour être sûr que sa newsletter soit visible comme voulue et donc effectivement délivrée au delà du passage des anti-spams. D'abord dans le cas où l'e-mail ne s'affiche pas correctement, il est nécessaire d'insérer une redirection vers une page HTML sur laquelle celui-ci apparaîtra dans le navigateur internet. Il est aussi judicieux de proposer au destinataire d'ajouter l'expéditeur de l'e-mailing à son carnet d'adresse. On doit aussi inclure un lien de désabonnement de manière claire. Et dans certains cas, il peut être efficace de rappeler au destinataire pourquoi il reçoit cet e-mail ("vous recevez ce message car vous êtes abonné aux publications de..."). Cela permet de s'assurer de la lisibilité de ses envois, et d'impliquer le destinataire dans cette démarche d'optimisation. Les envois d'emails inutiles seront alors évités et le ROI sera amélioré. En plus, cela montrera un fort respect des attentes de ses abonnés qui contribuera aussi à améliorer son image de marque.

Astuce n°3 : Segmenter selon Récence / Fréquence / Montant

Par info-star.fr

Le conseil : Pour optimiser sa base de données il est judicieux de faire un travail de segmentation de ses contacts, par exemple en fonction du taux d'acceptation de la pression commerciale ou en fonction de catégories d'affinités sur certains produits dans le cas d'un site de e-commerce. Pour ces derniers l'idéal est d'employer une segmentation dite R.F.M

- Récence : date du dernier achat ou dernier contact client
- Fréquence : fréquence des achats sur une période de référence donnée
- Montant : somme des achats cumulés sur cette période

Astuce n°4 : et vous, utilisez-vous le copywriting pour tripler vos ventes ?

Par les-secrets-pour-reussir.com

Le conseil : Mettez le titre de votre mail sous forme de question et en vous adressant aux internautes comme si vous le faisiez pour chaque individu. Dans le mail, ne dépassez pas la largeur de 600 pixels pour ne pas avoir à utiliser la barre de déplacement horizontale Rédigez votre mail en texte, sans images et suivez la curiosité sur votre produit, ajoutez un lien dans le mail (2 ou 3 fois à des endroits différents), et incitez avec le copywriting à cliquer sur le lien et découvrir votre page de vente. Ne dévoilez jamais toute votre offre dans le mail.

Astuce n°5 : pour les Nerds : display:block sur les images

Par Lunaweb.fr

Le conseil : Je recommande d'appliquer la propriété css "display: inline" sur toutes les images afin de conserver la même mise en page avec / sans les images activées. En effet, dans un mailing comportant des images, afin de garder une mise en page fidèle à la maquette (que les images soient affichées ou non dans le client de messagerie du destinataire), une technique simple mais redoutablement efficace consiste à rajouter la propriété CSS "display: block" à toutes les images (sans oublier de préciser leurs dimensions). [Screenshot à télécharger](#)

Le Gagnant de la catégorie B2C est Sortie Pour Les Enfants

<http://sorties.pour-les-enfants.fr/>

Sorties Pour Les Enfants.fr est un site communautaire qui propose un guide interactif d'idées de sorties dans toute la France pour les enfants de 0 à 14 ans. Des idées de sorties pour les enfants, testées et approuvées par les parents.

Avec 24 votes sur cette astuce de bon sens concernant la date et l'heure d'envoi, Sortie Pour Les Enfants sera accompagnée par Message Business et Maximiles pour mener une opération de trafic B2C qualifiés pour un montant total de 3000 Euros.



Message Business[®]
communiquiez, prospérez

À propos de Message Business

Message Business, fondée en 2006 est une SAS au capital de 320 000 euros. L'ambition de Message business est de faciliter la E-communication et le E-marketing en proposant un logiciel hébergé accessible via le Web, performant et simple. Utilisé en "libre service" par plusieurs milliers d'entreprises de toutes tailles, cette offre peut être complétée de prestation d'accompagnement permettant de déléguer tout ou partie de la réalisation des opérations.

Ecommerce Award 2008, Coup de Coeur des Cubes de l'innovation Marketing (Salon VAD octobre 2007), l'entreprise est soutenue par les principales instances de promotion à l'innovation en France : OSEO Anvar, Critt CCST et Paris Développement. Message Business a été sélectionnée par Microsoft dans le cadre du programme IDEES qui soutient les entreprises innovantes du secteur du logiciel. Lauréate 2007 de Paris Entreprendre, Message Business est membre actif du Syndicat National de la Communication Directe (SNCD) et, à ce titre, routeur / tiers de confiance. <http://www.messagebusiness.com>