

10 ÉTAPES CLÉS POUR BOOSTER la délivrabilité des e-mails en 2021

Pour garantir la cohérence de votre stratégie d'email marketing avec votre objectif global, voici dix étapes essentielles à vérifier pour booster la délivrabilité de vos campagnes.

★ 1. Créez une infrastructure solide

- ✓ Choisissez une adresse d'expédition cohérente
- ✓ Configurez les paramètres SPF, DKIM et DMARC
- ✓ Choisissez des sous-domaines différents en fonction du type de message (transactionnel, marketing)

★ 3. Conservez une base saine et bien gérée

- ✓ Vérifiez régulièrement le caractère récent et la validité de vos contacts (audit, suppression des adresses inactives)
- ✓ Multipliez les interactions et réorientez votre ciblage autant que possible (utilisez l'engagement, la conversion en plus des ouvertures et clics dans vos ciblages).
- ✓ Soyez le plus cohérent possible entre ce que vous annoncez dans votre formulaire de collecte et la réalité de vos envois (optin différent par catégories de message qui doit être pris en compte)

★ 5. Faites preuve de bon sens

- ✓ Demandez-vous si vos messages sont pertinents aux yeux du public ciblé et si vous apportez de la valeur. Ces éléments sont cruciaux !
- ✓ Utilisez un codage HTML bien conçu et définissez des attributs ALT pour vos images
- ✓ Soyez cohérent(e) dans vos agencements et vos bas de page (là où se trouvent les informations de contact)
- ✓ Évitez les termes propres aux spams, comme Credit, Viagra, Bitcoin.. et, dans tous les cas, ne les répétez pas dans l'ensemble de votre communication.
- ✓ N'employez pas de techniques de spam comme le texte blanc sur fond blanc, éléments masqués et e-mails contenant uniquement des images

★ 2. Collectez les données de façon responsable

- ✓ Respectez les réglementations en vigueur (mentions légales, désabonnement, RGPD, CCPA, adresse de qualité, opt-in, etc.)
- ✓ Inclure à vos formulaires de collecte de données un message clair sur la nature et la fréquence des envois que vous allez leur adresser.
- ✓ Veillez à ce que votre audience puisse clairement identifier vos communications (ajout au carnet d'adresses, déplacement dans les catégories promotion ou boîte de réception plutôt que spam)

★ 4. Menez un programme marketing soigné

- ✓ Concentrez-vous sur l'engagement de vos audiences par rapport à chaque catégorie de messages (transactionnel, commercial, promotionnel)
- ✓ Favorisez l'engagement dès les premiers instants (double opt-in, programme de bienvenue, cycle relationnel régulier et conforme à votre image de marque)

★ 6. Contrôlez votre pression marketing

- ✓ Optimisez la fréquence des messages en vous assurant que les utilisateurs engagés reçoivent des messages plus souvent que les non-engagés
- ✓ Réactivez les clients inactifs par le biais de campagnes étalées sur de longues périodes et en diminuant la fréquence



☆ 8. Optimisez vos taux d'ouverture

- ✓ **Segmentation** : exploitez-vous un maximum de données pour définir vos segments ? Tirez également profit des données liées aux visites sur votre site Internet et au centre de gestion des préférences.
- ✓ Procédez à une optimisation de la date et de l'heure d'expédition. Si votre message arrive au bon moment dans la boîte de réception de vos clients, vous obtiendrez de meilleurs résultats.

☆ 9. Remédiez à l'inactivité

- ✓ Instaurez ou réévaluez votre stratégie de réengagement : agissez plus vite en tenant compte du taux d'ouverture des e-mails plutôt que de l'inactivité sur le long terme, et réengagez plus de clients.
- ✓ Veillez à configurer un processus d'élimination progressive : il identifiera les utilisateurs inactifs et cessera graduellement de leur envoyer des messages.



★ 7. Anticipez les réactions en vous mettant à la place de vos clients

- ✓ Donnez à votre audience la possibilité de se désabonner ou de modifier son profil (accès au compte, centre de gestion des préférences)
 - Prévoyez une option « Se désabonner/se désinscrire » dans l'en-tête
 - Ajoutez un lien de désabonnement bien visible dans votre e-mail
 - Demandez un feed-back lors du désabonnement afin d'en savoir plus sur son expérience
- ✓ Insérez une case « Répondre » valide afin de susciter l'engagement de l'utilisateur envers votre marque
- ✓ Testez et optimisez vos intitulés et CTA. Personnalisez vos messages et améliorez leur pertinence. Restez concis(e) et intéressant(e) (et faites des tests) !

★ 10. Améliorez votre taux de clic

- ✓ Optimisez votre CTA : évitez les phrases standardisées, énoncez clairement vos intentions - et testez !
- ✓ Posez-vous la question suivante : le contenu accessible via ce clic correspondra-t-il aux attentes de votre client ?
- ✓ Proposez du contenu dynamique et des offres personnalisées grâce à un marketing basé sur l'IA
- ✓ Élaborez de nouveaux modèles et contenus pour moderniser votre communication et attirer l'attention
- ✓ Mettez vos parcours existants à jour au moins une fois par an ; vous pourrez ainsi vérifier s'ils correspondent toujours à vos activités du moment, vous assurer que les résultats demeurent inchangés, et maximiser votre approche omnicanal