

Créer et publier une newsletter



Pourquoi créer une newsletter ?	2
Bien démarrer : définir vos objectifs et votre ligne éditoriale	3
Créer votre newsletter en 5 étapes avec Sendinblue	6
1 – Créer votre compte Sendinblue	6
2 – Importer vos contacts dans Sendinblue	7
3 – Mettre en place votre formulaire d'inscription	9
Intégrer votre formulaire sur votre site ou blog :	11
4 – Créer votre première newsletter	12
– Paramétrage	13
– Conception	14
Créer votre newsletter à partir d'un template	15
– Destinataires	16
– Choix de l'horaire	17
- Confirmation	18
5 – Suivre les performances	19
Comment bien construire votre newsletter	21
Adaptez votre design à votre identité visuelle	21
Commencez par le plus important	22
Soignez vos call-to-action	24
Incluez des liens vers vos pages sur les réseaux sociaux	28
Boostez votre taux d'ouvertures en optimisant l'objet, le preheader et le nom d'expéditeur	30
Optimisez votre newsletter pour l'affichage sur mobile	32
Optimisez la délivrabilité de votre newsletter	33
Newsletter et RGPD : comment être conforme	35

Pourquoi créer une newsletter ?

Au contraire de ce que vous avez pu entendre, l'email n'est pas mort... Au contraire, il reste un canal incontournable pour les entreprises.

On pourrait penser que les newsletters et les emails sont dépassés, qu'aujourd'hui tout se passe sur les réseaux sociaux. Mais c'est faux : l'emailing reste de loin le canal marketing le plus rentable avec un [ROI moyen qui s'élève à 3800 %](#) !

Envoyer une newsletter présente [de nombreux avantages](#). En voici quelques uns :

- **Un canal peu coûteux.** Envoyer une newsletter est beaucoup moins cher que d'autres types de publicité (par exemple des annonces Google).
- **Un outil intuitif.** Envoyer une newsletter n'est pas sorcier ! Grâce à des outils comme Sendinblue, Mailjet ou Mailchimp, vous pouvez créer des campagnes newsletters professionnelles sans avoir de connaissances en programmation ou être un expert du marketing.
- **Une communication personnalisée.** Il est très simple d'envoyer des newsletters individualisées qui répondront précisément aux besoins de vos contacts.
- **Des campagnes faciles à automatiser.** En plus d'envoyer de simples newsletters, vous pouvez vous servir d'un outil comme Sendinblue pour envoyer des campagnes de marketing automation (email d'anniversaire par exemple) et des emails transactionnels (confirmations d'achat par exemple).

Alors, convaincu ? Voyons maintenant comment créer votre première newsletter.

Bien démarrer : définir vos objectifs et votre ligne éditoriale

Avant de commencer, voici quelques conseils pour maximiser le potentiel de votre newsletter.

Alors ça y est, c'est décidé : vous souhaitez envoyer une newsletter à vos visiteurs. Vous avez raison ! Que vous soyez un particulier, une entreprise e-commerce ou un [travailleur indépendant](#), il s'agit d'un canal extrêmement puissant pour créer des campagnes marketing, fidéliser une audience et l'inciter à revenir sur votre site.

Mais ne foncez pas tête baissée !

Une newsletter doit répondre à des objectifs définis et s'intégrer dans une stratégie réfléchie. Pour qu'elle soit efficace sur le long terme, elle doit être plus qu'une simple notification que vous enverriez « par défaut » toutes les semaines.

Avant de lancer votre première newsletter, prenez le temps de la penser comme un support éditorial à part entière, exactement comme un site internet ou un blog.

Répondez aux questions suivantes :

- A qui vais-je envoyer ma newsletter ? (Quelle est ma cible et quelles sont ses attentes ?)
- Quelles sont les objectifs de ma newsletter ? (Générer du trafic, des ventes, améliorer ma relation client, fidéliser mes lecteurs ?)
- Que vais-je envoyer à mes abonnés ? (Du contenu exclusif, les nouveaux articles de mon blog, des promotions ?)
- A quelle fréquence ? (Newsletter mensuelle, hebdomadaire, quotidienne?)
- Quelle est la valeur ajoutée pour mes contacts ? (Pourquoi devrait-on s'abonner à votre newsletter ?)



1 ILS SONT 6 À VOULOIR DÉCROCHER UNE TOQUE !

Et ils ont gagné une formation de pâtissier en cours du soir chaque semaine dans nos Bananeries de Paris, Lyon et Brooklyn. Objectif ? Décrocher le C.A.P pâtissier en juin 2017 ! Et vous ? RDV en septembre pour la prochaine promotion.



Plongez la vache la première dans la crème pâtissière en suivant leurs aventures sur et

2 LA TRIBU S'AGRANDIT

Fermez les yeux. **Savourez.**
La 1^{re} cuillère est TOUJOURS la + EXTATIQUE !
Les notes chocolatées viennent immédiatement chatouiller vos papilles.
Savourez encore.
Les notes de café pointent le bout de leur nez.
Savourez toujours. Replongez la cuillère. Partagez... ou pas ;)



La newsletter (mensuelle) de Michel et Augustin : un bon exemple d'équilibre entre promotions et contenu originale

Clarifier tous ces points est essentiel pour que votre newsletter ne soit pas simplement du « bruit » dans la boîte de réception de vos contacts.

En effet, votre objectif est qu'elle soit attendue, ouverte et lue. Pas qu'elle finisse au fond du répertoire de spam !

Pour y parvenir, il faut créer un rendez-vous avec vos lecteurs en leur fournissant une véritable valeur ajoutée à intervalle régulier :

- Choisissez une fréquence d'envoi fixe (par exemple, tous les mardis)
- Sélectionnez vos meilleurs contenus et vos offres les plus intéressantes
- Définissez un ton, une identité graphique et une ligne éditoriale reconnaissable
- Différenciez-vous de vos concurrents !

Créer votre newsletter en 5 étapes avec Sendinblue

Sendinblue vous permet de créer et d'envoyer vos newsletters facilement et gratuitement (jusqu'à 9 000 emails par mois). Suivez ces 4 étapes pour commencer dès maintenant !

Pour envoyer une newsletter à un grand nombre de contacts, il n'est pas viable d'[utiliser un client de messagerie comme Outlook ou Gmail](#) sur le long terme : en effet, envoyer des emails en masse depuis un client de messagerie classique risque de vous faire passer en spam.

Sendinblue est une plateforme d'email marketing qui intègre :

- Un outil de création de newsletter intuitif
- De nombreux templates (modèles) de newsletter à personnaliser
- Des formulaires à intégrer sur votre site pour permettre à vos visiteurs de s'inscrire à votre newsletter
- Un outil de gestion avancée de vos contacts
- Un suivi en temps réel des performances (taux d'ouverture, de clic, désinscriptions...)

1 – Créer votre compte Sendinblue

Commencez par créer et configurer votre compte Sendinblue.

La création et la configuration de votre compte Sendinblue ne vous prendra pas plus de 5 minutes :

1. Créez un compte Sendinblue via notre [formulaire d'inscription](#)
2. Rendez-vous dans votre boîte de réception et cliquez sur le lien de confirmation qui vous a été envoyé
3. Complétez votre inscription en renseignant vos informations sur la plateforme

4. Pour finaliser votre inscription, renseignez le code que vous aurez reçu par SMS

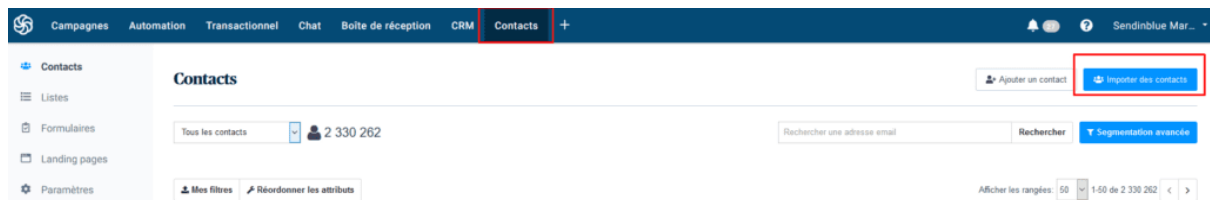
Une fois votre compte créé, il sera soumis à un processus de validation qui garantit la qualité du service pour tous les utilisateurs. Pour valider votre compte, vous devez :

- Importer au moins 10 contacts
- Créer et programmer votre première newsletter

2 – Importer vos contacts dans Sendinblue

Si vous disposez déjà d'une liste de contacts opt-in qui ont accepté de recevoir votre newsletter, voici comment les importer.

Pour importer vos contacts sur Sendinblue, cliquez sur « Contacts » dans le menu de la colonne de gauche ou en haut puis sur le bouton « Importer des contacts » situé en haut à droite de votre écran :



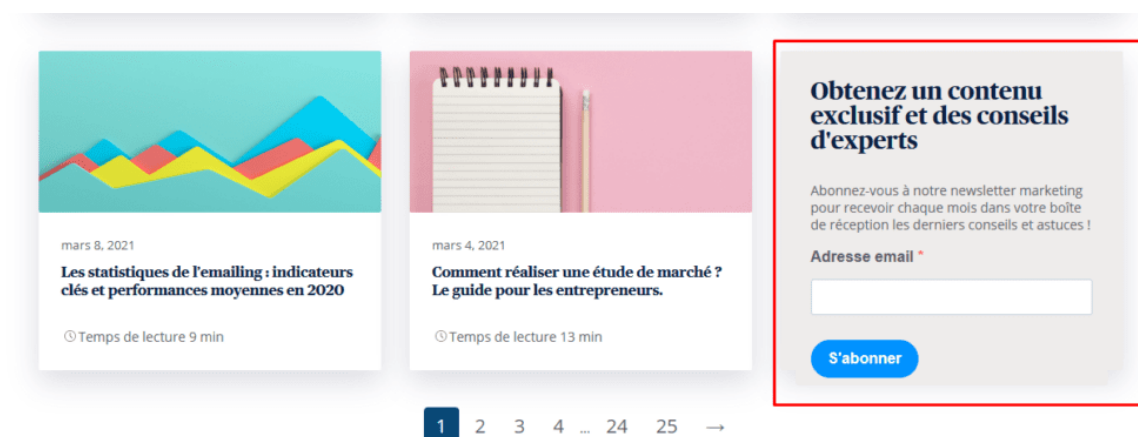
Vous aurez alors le choix entre plusieurs méthodes :

- Import via fichier [CSV](#) ou TXT
- Ajout manuel

3 – Mettre en place votre formulaire d'inscription

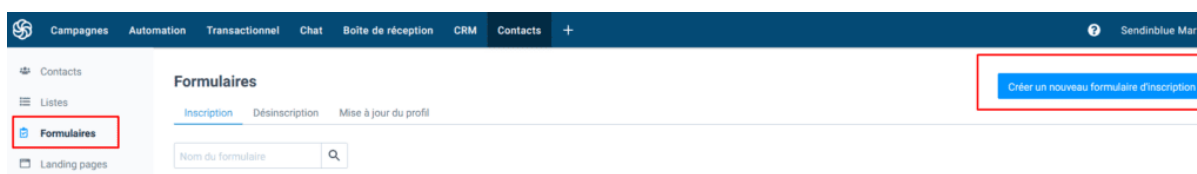
Avant de créer votre première newsletter, il faut donner à vos visiteurs la possibilité de s'y abonner ! Pour ce faire, créez un formulaire d'inscription sur Sendinblue et intégrez-le à votre site.

L'interface de Sendinblue vous permet de créer des formulaires opt-in personnalisés que vous pourrez intégrer à votre site, comme sur notre blog :



Créer votre formulaire d'inscription à votre newsletter :

Dans l'interface de Sendinblue, cliquez sur « **Formulaires** » sous « **Contacts** » puis sur « **Créer un nouveau formulaire d'inscription** »



Vous voici arrivé dans l'éditeur de formulaire !

Il ne vous reste plus qu'à personnaliser votre formulaire en changeant les textes, les couleurs et les polices de chaque élément :

Une fois votre formulaire personnalisé, définissez vos paramètres d'inscription :

④ Paramètres

Confirmation

Choisissez le type de confirmation d'inscription qui suit la validation du formulaire. Vous pouvez afficher une confirmation directement sur la page et envoyer des emails de confirmation.

Email de double confirmation

Un e-mail contenant un lien de double opt-in sera envoyé après la validation du formulaire. Les abonnés seront ajoutés à la ou aux liste(s) sélectionnée(s) uniquement après avoir cliqué sur le lien de double opt-in.

Recommandé pour la conformité au RGPD

Email de confirmation simple

Un e-mail de confirmation simple sera envoyé après la validation du formulaire.

FR_Confirmation_Download_Pla

Page de confirmation après validation du formulaire

Pas d'email de confirmation

Aucun e-mail de confirmation ne sera envoyé après la validation du formulaire.

[Afficher les paramètres avancés -](#)

Suivant Annuler

- **Pas d'email de confirmation** : le contact est ajouté à votre liste sans email de confirmation
- **Email de confirmation simple** : le contact est ajouté à votre liste et un email de confirmation est envoyé
- **Email de double confirmation** : le contact n'est ajouté à votre liste qu'après avoir cliqué sur un lien de validation envoyé dans un email de confirmation.

Nous vous recommandons de mettre en place un système de confirmation double opt-in : en effet, cela vous permettra d'éviter de récolter des adresses email erronées ou inactives qui risqueraient de faire baisser votre [délivrabilité](#).

Une fois vos paramètres d'inscription configurés, sélectionnez la liste de contacts à laquelle vous souhaitez lier votre formulaire d'inscription.

Tous les contacts qui s'inscriront via ce formulaire seront automatiquement ajoutés à la liste sélectionnée !

Intégrer votre formulaire sur votre site ou blog :

Pour intégrer votre formulaire, cliquez sur l'onglet « partager » :

Partager

Partage rapide

Utilisez ce lien pour partager votre formulaire par e-mail ou sur les réseaux sociaux.

<https://d76448b8.sibforms.com/serve/MUIEAEZ44YPPi>

Intégrer

Pour en savoir plus sur les formulaires intégrables de SendinBlue, veuillez consulter [cet article](#).

[Iframe](#) [HTML](#) [HTML simple](#)

Utilisez la version iframe du formulaire pour l'afficher en tant que pop-up sur votre site Web ou blog. Vous pouvez modifier la taille de l'affichage en changeant la valeur des balises « width » et « height ».

```
<iframe width="540" height="305" src="https://d76448b8.sibforms.com/serve/MUIEAEZ44YPPGptY19zIW2vmY9zPN3gj6D1uldGailYPljKn8w7JsznUGihML72wki77RFHU_frMa_pP61CotOpw1HgCwbQS_UpylqV4uGH117YCaQtidToC9Via44AAbxudP8lIKiGndVZ0ddeEE_R0XFo1ztc5dvr8n9EPZs23vcELuLn_Vs33ollyAFaXsuxMCjWKLcap" frameborder="0" scrolling="auto" allowfullscreen style="display: block;margin-left: auto;margin-right: auto;max-width: 100%;"></iframe>
```

Terminé

Vous verrez alors apparaître un popup avec un lien vers le formulaire ainsi qu'un code à intégrer sur votre site. Choisissez la version iframe pour l'intégrer facilement dans vos pages web :

Intégrer

Pour en savoir plus sur les formulaires intégrables de SendinBlue, veuillez consulter [cet article](#).

[Iframe](#) [HTML](#) [HTML simple](#)

Utilisez la version iframe du formulaire pour l'afficher en tant que pop-up sur votre site Web ou blog. Vous pouvez modifier la taille de l'affichage en changeant la valeur des balises « width » et « height ».

```
<iframe width="540" height="305" src="https://d76448b8.sibforms.com/serve/MUIEAEZ44YPPGptY19zIW2vmY9zPN3gj6D1uldGailYPljKn8w7JsznUGihML72wki77RFHU_frMa_pP61CotOpw1HgCwbQS_UpylqV4uGH117YCaQtidToC9Via44AAbxudP8lIKiGndVZ0ddeEE_R0XFo1ztc5dvr8n9EPZs23vcELuLn_Vs33ollyAFaXsuxMCjWKLcap" frameborder="0" scrolling="auto" allowfullscreen style="display: block;margin-left: auto;margin-right: auto;max-width: 100%;"></iframe>
```

Pour plus de détails sur la création et l'intégration de votre formulaire, ainsi que sur la mise en place d'un système de confirmation double opt-in, lisez notre tutoriel détaillé :

Notre tutoriel détaillé :

[Comment créer un formulaire d'inscription](#)

4 – Créer votre première newsletter

Créez facilement une magnifique newsletter à partir de l'éditeur de campagnes de Sendinblue.

Voilà, votre compte est configuré, votre formulaire d'inscription est en place et vous commencez déjà à récolter des abonnés pour votre newsletter.

Il ne vous reste plus qu'à vous lancer dans la création de votre première newsletter !

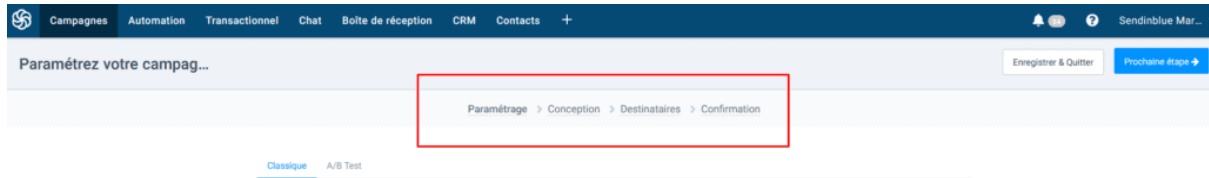
Pour ce faire, cliquez sur le bouton « Campagnes » > « Email » > « Créer une campagne email ».



La création d'une newsletter sur Sendinblue comporte 5 étapes :

1. Paramétrage
2. Conception
3. Destinataires
4. Choix de l'horaire
5. Confirmation

Vous pouvez facilement naviguer entre les différentes étapes grâce au fil d'Ariane situé en haut de page, et même visualiser l'avancée de chacune en un coup d'oeil en passant votre souris :



– Paramétrage

Sur le premier écran, renseignez les paramètres de votre campagne :

A screenshot of the 'Paramétrage' (Configuration) screen in Sendinblue. The breadcrumb trail 'Paramétrage > Conception > Destinataires > Confirmation' is visible at the top. Below it are the 'Classique' and 'A/B Test' tabs. The main content area contains four form sections: 1. 'Nom de la campagne': A text input field with a placeholder and a note: 'Choisissez un nom pour votre campagne qui vous permettra de la retrouver facilement dans votre compte. Par exemple : 'Solde_Octobre''. 2. 'Objet': A text input field with a placeholder and a note: 'Choisissez un objet qui décrit clairement le contenu de votre email. C'est le premier contenu que votre destinataire verra. Par exemple : 'Vente privée : 25% sur notre nouvelle collection''. There is an 'Ajouter une personnalisation' button to the right. 3. 'Texte d'aperçu': A text input field with a placeholder and a note: 'Ecrivez un texte court (environ 35 caractères) qui donne un aperçu du contenu de votre email. Cela augmentera significativement votre taux d'ouverture. Cette fonctionnalité est supportée par la plupart des clients email comme Gmail et Yahoo, et sera affichée dans la boîte de réception de votre destinataire, juste en dessous du sujet.' There is an 'Ajouter une personnalisation' button to the right. 4. 'Email de l'expéditeur': A dropdown menu with the placeholder 'Sélectionnez un expéditeur' and a note: 'Choisissez l'email que voient vos destinataires lorsqu'ils reçoivent votre campagne. Ajouter un nouvel expéditeur.'

- **Nom de votre campagne** : pour la retrouver sur la plateforme
- **Objet** : il s'agit de l'objet qui sera affiché dans la boîte de réception de vos contacts
- **Texte d'aperçu** : ou preheader, un texte qui s'affichera à la suite de l'objet dans certains clients de messagerie
- **Email de l'expéditeur** : l'adresse que voient vos destinataires lorsqu'ils reçoivent votre campagne
- **Nom de l'expéditeur** : nom qui sera associé à votre email dans la boîte de réception de vos contacts

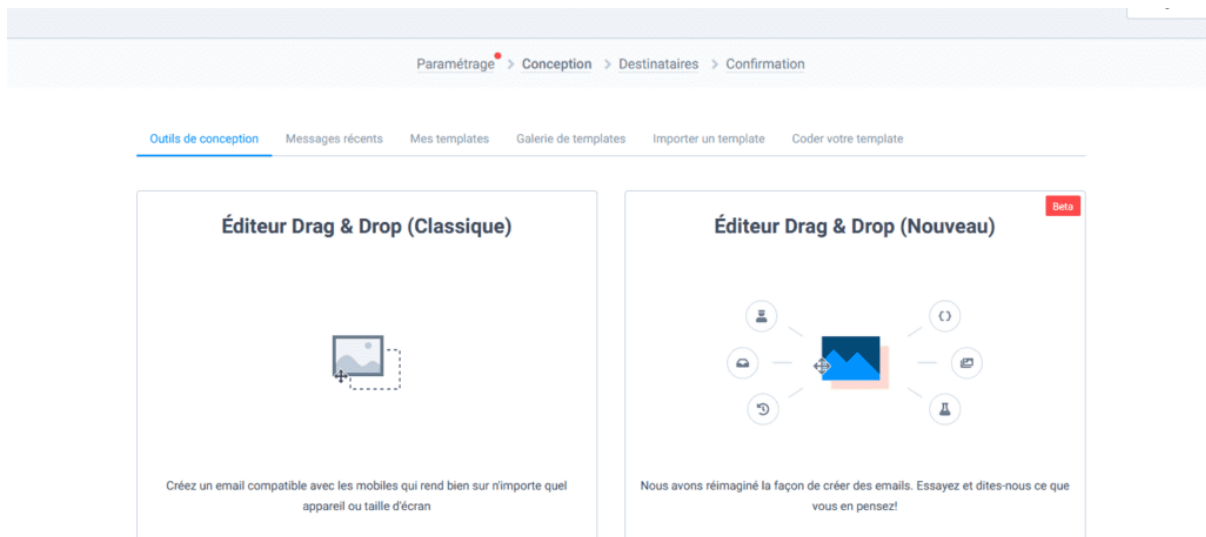
Prenez un soin tout particulier à la rédaction de votre **objet** : il s'agit du premier élément de votre newsletter qui sera vu par vos abonnés et il doit leur donner envie de l'ouvrir !

Votre **nom d'expéditeur** fait aussi partie des éléments à ne pas négliger. Choisissez en un qui permettra à vos abonnés de vous reconnaître facilement !

– Conception

Vous disposez de 2 outils pour créer votre newsletter :

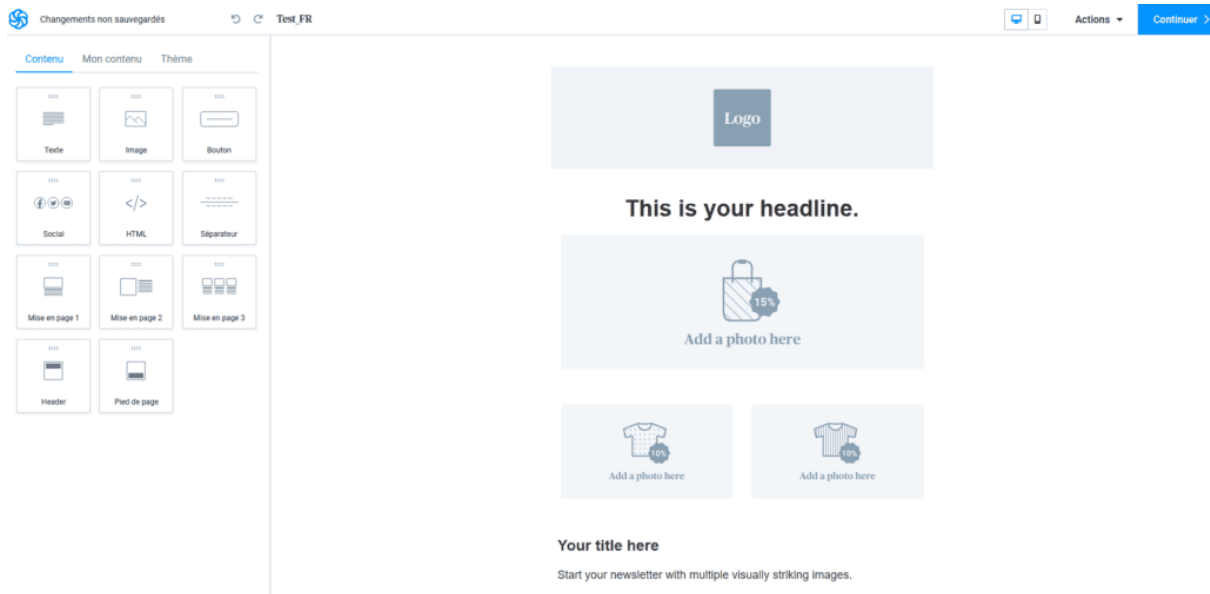
- **Editeur Drag & Drop (classique)**: il s'agit d'une interface intuitive à partir de laquelle vous pouvez créer vos newsletters en glissant-déposant des blocs ou bien personnaliser des templates
- **Editeur Drag & Drop (Nouveau)** : il s'agit de la nouvelle version de notre interface avec de nombreuses nouvelles possibilités.



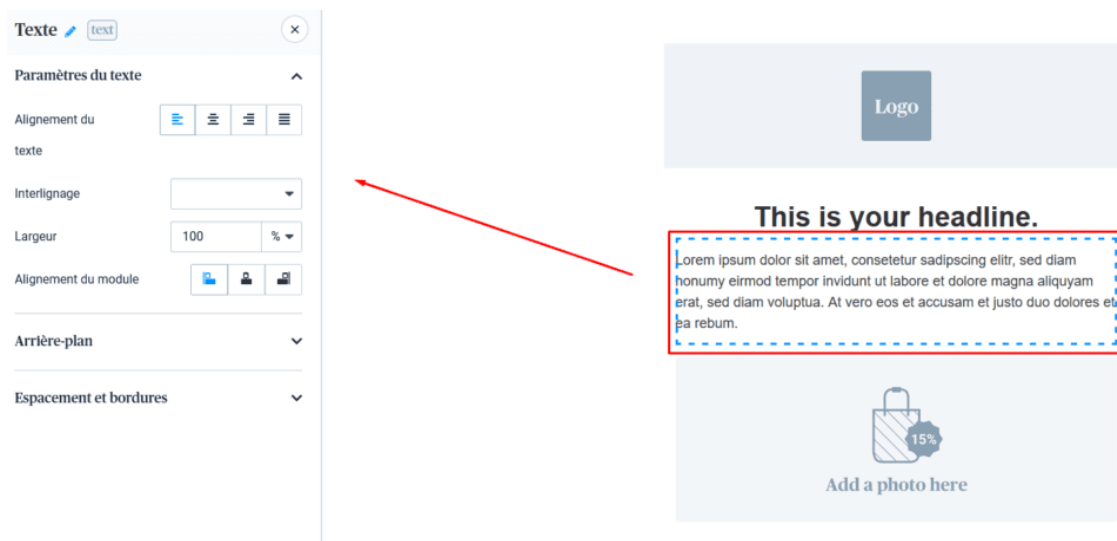
Pour créer votre première newsletter même sans aucune connaissance en design, choisissez l'**éditeur Drag & Drop (Nouveau)**.

Pour concevoir votre newsletter, il vous suffit de prendre les blocs dans la colonne de gauche pour les assembler et les personnaliser comme bon vous semble !

Prenez par exemple un bloc « Texte » :



Faites-le glisser et déposez-le là où vous souhaitez dans le corps de votre newsletter :

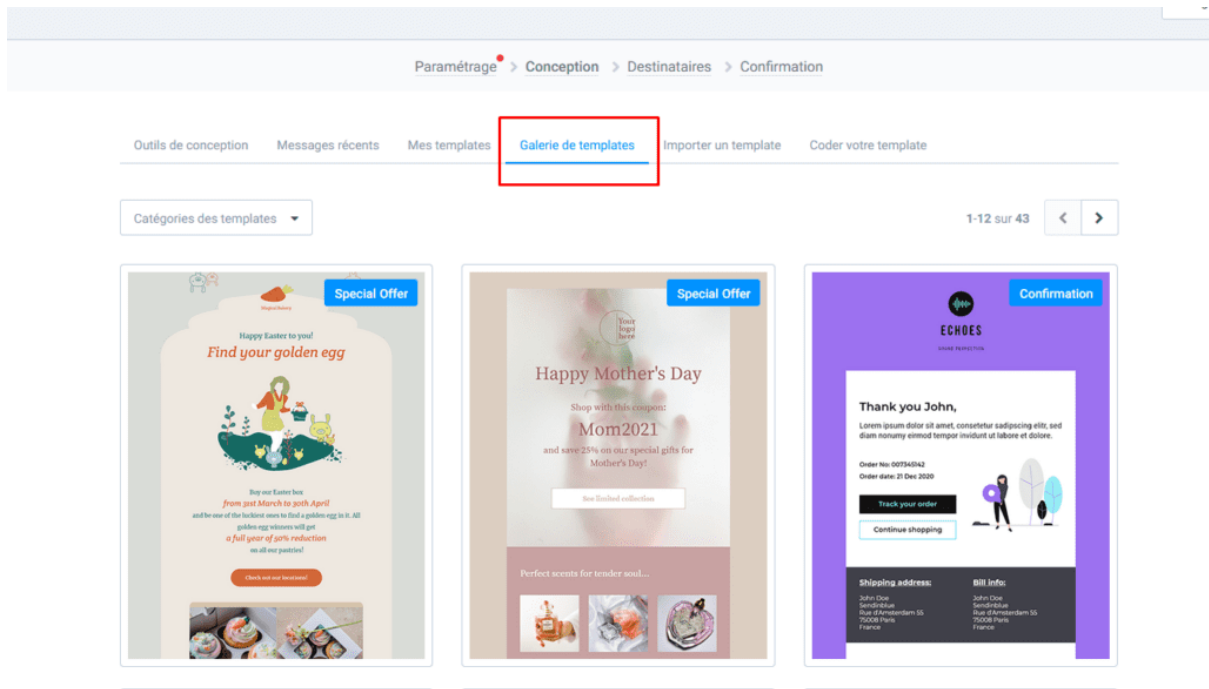


En cliquant sur l'icône en forme de crayon, vous pourrez facilement modifier tous les éléments du bloc : titre, image, liens, texte, bouton...

Créer votre newsletter à partir d'un template

L'éditeur Drag & Drop vous permet également de créer votre newsletter à partir de modèles de newsletter entièrement personnalisables.

Pour accéder à la bibliothèque de templates, cliquez sur la flèche située à droite du bouton « Enregistrer et quitter » puis « Choisir un autre template »



Il ne vous reste plus qu'à intégrer votre newsletter en modifiant tous les éléments du template dont vous avez besoin !

Notez qu'à l'étape de conception, sous « **Actions** » en haut à droite, vous pourrez aussi vous envoyer un email test ou vérifier l'aperçu de votre message dans les clients de messagerie.

Pour aller plus loin, lisez notre tutoriel détaillé :

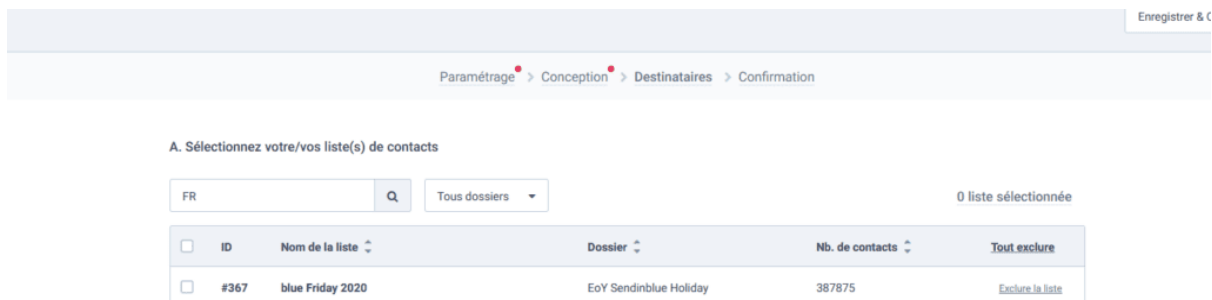
Notre tutoriel détaillé :

[Utiliser l'éditeur Drag & Drop](#)

– Destinataires

Cette étape permet de sélectionner et segmenter les destinataires qui recevront votre newsletter.

Lors de cette étape, il vous suffit de sélectionner la liste qui correspond aux inscrits à votre newsletter :



Vous pouvez ensuite affiner la segmentation en créant un segment : vous pouvez par exemple choisir d'envoyer votre newsletter seulement aux abonnés qui ont déjà ouvert un de vos envois !

– Choix de l'heure

Vous devez choisir l'heure d'envoi de votre newsletter pour vous assurer que vos destinataires reçoivent votre message au bon moment.

Une fois votre newsletter créée, vous pouvez soit l'envoyer immédiatement, soit programmer l'envoi pour plus tard.

Il est très important d'envoyer votre newsletter au bon horaire, car le moment où vos destinataires recevront votre message déterminera votre taux d'ouvertures.

L'heure idéal pour votre newsletter dépend de votre activité. Dans le B2B, par exemple, on conseille généralement d'envoyer en semaine, de préférence le mardi, mercredi ou jeudi dans la journée. Dans le B2C, à l'inverse, on conseille plutôt d'envoyer le week-end ou le soir.

Pour vous simplifier la vie, Sendinblue vous propose une fonctionnalité permettant d'optimiser automatiquement l'heure d'envoi. Cela vous garantit que vos destinataires recevront toujours votre newsletter au meilleur moment.

Programmation de l'envoi de la campagne ✕

Vous pouvez l'envoyer maintenant ou la programmer prochainement

Envoyer maintenant

Envoyez votre campagne immédiatement.


Programmer pour une heure précise

Programmez l'envoi de votre campagne à envoyer dans le futur

Envoyer à la *meilleure* heure Nouveau

Vous choisissez une date, nous choisissons **la meilleure heure d'envoi** pour **chacun de vos destinataires**. Le taux d'ouverture de votre campagne est optimisé ! [En savoir plus](#)

Date

 Thursday, 26-07-2018

[Annuler](#)

Confirmer

Attention : cette fonctionnalité n'est efficace qu'à partir du deuxième envoi, car notre système doit pouvoir se baser sur les rapports des campagnes précédentes pour optimiser l'horaire d'envoi de votre newsletter.

- Confirmation

Il s'agit de l'étape finale avant d'envoyer votre newsletter : c'est le moment de vérifier que vous n'avez rien oublié !

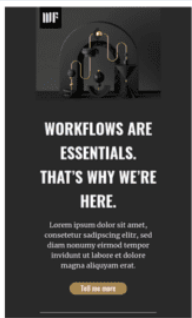
Lors de cette étape, vous pouvez vérifier si tout est en ordre et confirmer l'envoi de votre newsletter.

La campagne n'est pas prête à être envoyée.
Relisez le compte-rendu ci-dessous avant d'envoyer votre campagne.

Paramétrage Retourner à cette étape

Objet de la campagne: 'Objet de la campagne' est manquant
De: 'Email de l'expéditeur' est manquant

Conception Retourner à cette étape



Vousre conception: Vous avez utilisé l'Éditeur Drag & Drop (2020) pour créer votre email

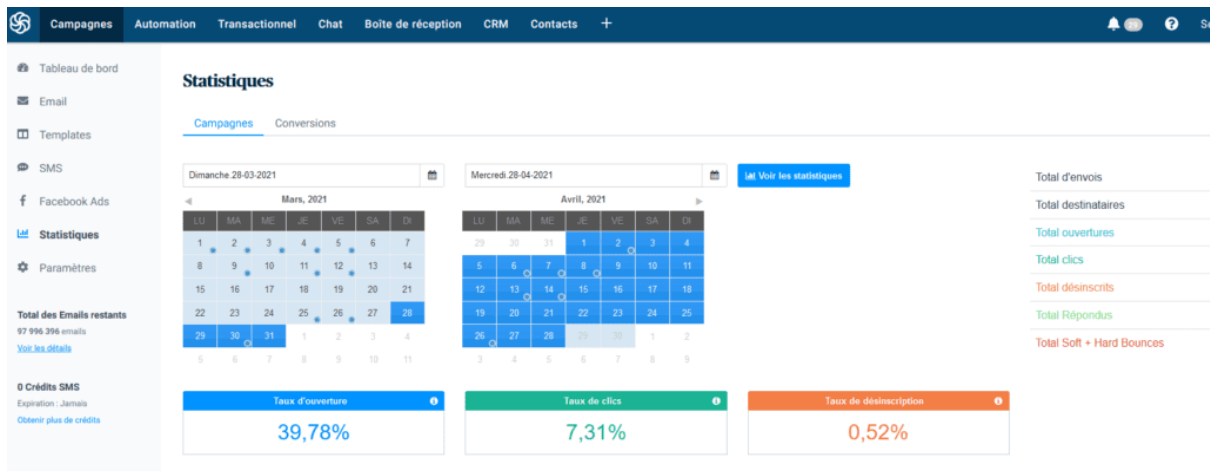
Modifier le contenu de l'email

Lorsque vous êtes sûr de vous, vous pouvez cliquer sur le bouton « Programmer » situé en haut à gauche de votre écran. Mais avant, nous vous conseillons de lire notre checklist des [25 points à vérifier avant d'envoyer votre newsletter](#) !

5 – Suivre les performances

Bravo ! Vous avez créé et envoyé votre première newsletter. Il est temps de découvrir si c'est une réussite !

Pour découvrir les statistiques d'ouverture et d'engagement de vos abonnés avec votre newsletter, rendez-vous dans « Campagnes » puis cliquez sur le bouton « Statistiques » – pour chaque newsletter, vous pouvez cliquer sur le bouton « Rapport » situé sur la ligne correspondant à votre dernier envoi :



Vous accédez ainsi à un rapport détaillé des performances de votre campagne : ouvertures, clics, désinscriptions...

Pour vous familiariser avec les différentes statistiques de ce rapport, nous vous conseillons de lire notre article [7 KPIs à suivre en email marketing](#).

Comment bien construire votre newsletter

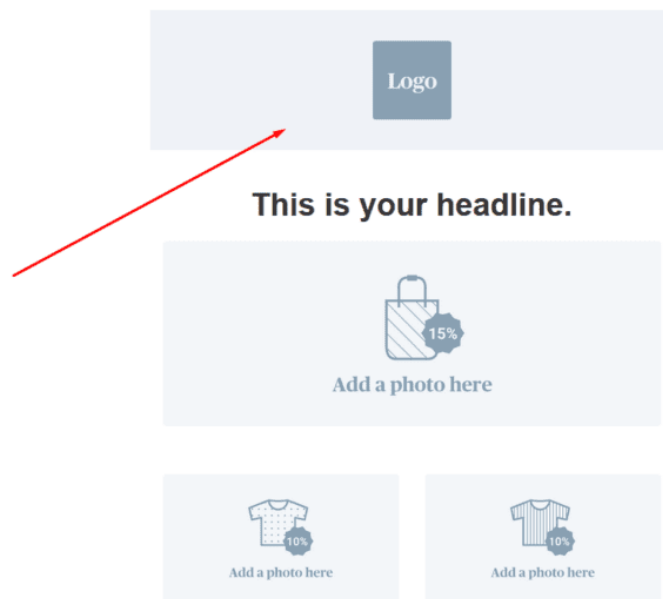
Voici quelques conseils pour créer une newsletter efficace sur l'éditeur Drag & Drop de Sendinblue.

Adaptez votre design à votre identité visuelle

Pour que votre newsletter soit plus crédible, elle doit refléter l'identité visuelle de votre site ou blog.

Un moyen simple de le faire est de toujours intégrer le logo de votre marque en haut de votre newsletter, afin que vos lecteurs puissent vous reconnaître immédiatement.

Le template par défaut de l'éditeur Drag & Drop de Sendinblue intègre un emplacement prévu à cet effet :



Your title here

Pour le reste, utilisez les polices d'écriture et les couleurs adaptées à votre charte graphique. Vous pouvez importer vos propres polices dans Sendinblue en suivant le tutoriel suivant :

Notre tutoriel détaillé :

[Importer vos polices de caractère dans l'éditeur de newsletter](#)

Commencez par le plus important

Construisez votre newsletter sur le modèle de la pyramide inversée : votre message le plus important doit apparaître en premier !

La [pyramide inversée](#) est un principe de rédaction et de webdesign qui consiste à aller droit au but en révélant immédiatement les informations essentielles, avant d'aller progressivement dans les détails.

Lorsque vos contacts lisent votre newsletter, ils n'ont que très peu de temps à vous accorder. Ils reçoivent en effet beaucoup d'emails, et leur attention est sollicitée de toutes parts, que ce soit par d'autres newsletters ou par des messages personnels.

Vous devez donc faire en sorte que votre message le plus important apparaisse en premier : il peut s'agir d'une offre promotionnelle, d'une actualité ou d'un article de blog dont vous êtes particulièrement fier.

Mettez-le bien en évidence en haut de votre newsletter afin que vos destinataires n'aient pas à « scroller » (faire défiler l'email avec la molette de leur souris) pour le voir.

*La **ligne de flottaison** est la ligne virtuelle en dessous de laquelle le contenu n'apparaît pas à l'écran à moins de « scroller » avec la souris.*

Placez vos blocs les plus importants au dessus de la ligne de flottaison et vos blocs accessoires en dessous. De cette manière, vos destinataires verront immédiatement vos meilleures offres et pourront scroller s'ils sont intéressés pour voir plus de contenus.

Exemple de l'utilisation de la ligne de flottaison avec la newsletter du site MOO :

MOO

Produits Inspiration 10 employés ou plus ? Aide Compte

Luxe attire tous les regards

Votre marque mérite le meilleur. Profitez de 15% de remise sur notre papier non laminé ultra épais, avec une tranche de la couleur de votre choix parmi huit teintes. Ne ratez pas cette occasion.

Utilisez le code LUXE15 au moment du paiement.

Commander des cartes Luxe

Cartes de Visite Luxe

Choisissez un format Carré, des Coins Arrondis... Rendez vos cartes irrésistibles.

Commander des Cartes de Visite Luxe

Cartes Postales Luxe

Rendez vos promotions mémorables avec des finitions et designs haut de gamme qui attirent le regard et font tourner les têtes.

Commander des Cartes Postales Luxe

Cartes de Note Luxe

Donnez une touche personnelle à vos correspondances avec un papier extra épais et une tranche de couleur vive.

Commander des Cartes de Note Luxe

Papier à En-tête Luxe

Mettez votre nom en avant. Avec notre papier haut de gamme, vos documents seront scellés, livrés et lus attentivement.

Commander du Papier à en-tête Luxe

Offre principale

Ligne de flottaison

Offres accessoires

Soignez vos call-to-action

Les call-to-action permettent à votre newsletter d'atteindre son objectif en incitant vos destinataires à interagir avec votre site.

*Un **call-to-action** est un bouton qui incite votre destinataire à effectuer une action précise.*

C'est un élément central puisque c'est lui qui permet de remplir l'objectif que vous souhaitez atteindre avec votre newsletter : générer du trafic, des ventes, des partages...

Pour qu'il soit efficace, votre Call-To-Action doit être bien mis en valeur :

- Choisissez une couleur qui tranche avec le reste de votre newsletter
- Choisissez un texte avec un verbe d'action (« Découvrez nos offres », « Je m'inscris »...)
- Placez-le à un endroit stratégique !

Votre newsletter peut être centrée sur un seul call-to-action, comme le fait par exemple Showroomprive.com :

Voici un mail qui va plaire aux pragmatiques...

[Version en ligne](#)

showroomprive.com

TROUVEZ VOTRE BONHEUR



Numa,

Ce dont vous avez besoin est sur Showroomprivé. **SOYEZ MALIN, ACHETEZ MOINS CHER !**

Allez, on vous donne un coup de pouce :

12€ OFFERTS*

dès 40€ d'achat

C'EST LE MOMENT D'EN PROFITER !

Pour en profiter, cliquez sur le lien ci-dessous afin de l'ajouter à votre compte

Je le veux

À BIENTÔT SUR SHOWROOMPRIVE.COM !



Achats 100% sécurisés



Des livraisons en 24h

14 jours

Pour changer d'avis

Mes commandes

Mes bons d'achat

Téléchargez l'appli

[Me désinscrire](#) - [Gérer mes abonnements](#) - [Aide et Contact](#)

Contactez notre service client au 01 85 76 00 00.

Showroomprive.com - ZAC de la Montjoie - 1 rue des blés 93210 La plaine St Denis - France est une SARL au capital de 120.169.260 Euros, RCS Bobigny n° 538 811 837, TVA FR 72 538 811 837.

* Vous devez cliquer dans cet email pour activer le bon d'achat. Ce bon d'achat est à usage unique, non cumulable, valable un mois à compter de son activation et utilisable pour une commande d'un montant minimum de 40€.

Il se peut également que votre newsletter ait un objectif plus large, comme promouvoir plusieurs contenus qui pourraient intéresser le destinataire.

C'est le cas notamment des newsletters de blogs qui intègrent plusieurs articles, ou des marques qui souhaitent mettre en avant plusieurs catégories de produits.

Dans ce cas, les boutons d'appel à l'action sont particulièrement importants puisqu'ils permettent de renvoyer les lecteurs intéressés par tel ou tel élément vers la page correspondante de votre site.

Vos Call-To-Action permettent ainsi de mieux construire votre newsletter : vous économisez l'attention du lecteur tout en générant du trafic plus qualifié vers vos articles de blog ou vos catégories de produits.

Exemple avec la newsletter de Nestlé qui met en avant plusieurs recettes :

DÉCOUVREZ 4 RECETTES POUR APPRÉCIER LA COURGETTE EN ÉTÉ !



Courgettes farcies jambon et ricotta



Facile



18 min

[JE DÉCOUVRE LA RECETTE](#)



Quiche aux courgettes



Facile



1h05 min

[JE DÉCOUVRE LA RECETTE](#)



Clafoutis chèvre courgette



Facile



40 min

[JE DÉCOUVRE LA RECETTE](#)

Pour aller plus loin, découvrez les [3 petits mots qui rendront votre newsletter plus efficace !](#)

Incluez des liens vers vos pages sur les réseaux sociaux

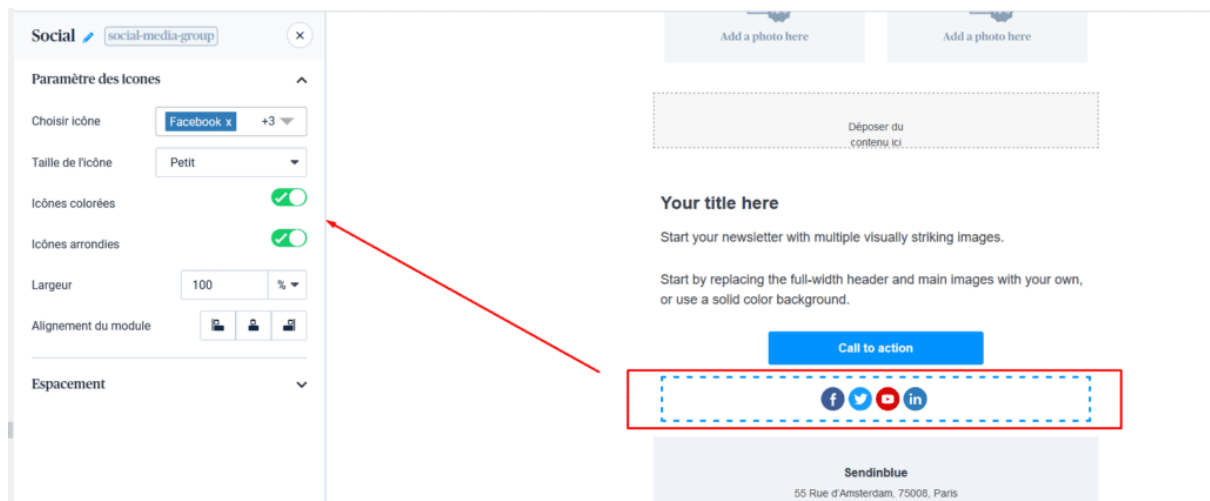
Votre newsletter doit s'intégrer dans une stratégie de communication plus globale : intégrez des liens vers votre site et vos réseaux sociaux !

Lorsque vous créez une newsletter, vous devez garder à l'esprit vos objectifs plus larges : construire une communauté et fidéliser une audience.

Les réseaux sociaux sont également un canal incontournable pour garder le contact avec vos visiteurs et leur transmettre du contenu, alors pourquoi ne pas les intégrer dans votre newsletter ? Vous pourrez ainsi récolter de nouveaux « fans » tout en donnant à votre newsletter une crédibilité supplémentaire.

Dans l'éditeur de newsletter de Sendinblue, il vous suffit de sélectionner le bloc « Réseaux sociaux » dans les éléments de pied de page.

Cliquez ensuite sur le bouton « éditer » symbolisé par un crayon pour faire apparaître les options dans la colonne de droite :



Il vous suffit de décocher les icônes dont vous n'avez pas besoin, de choisir un thème et de renseigner les url de vos profils sociaux. Pensez à ajouter un texte pour inciter vos destinataires à vous suivre sur les réseaux !

Boostez votre taux d'ouvertures en optimisant l'objet, le preheader et le nom d'expéditeur

Optimisez l'objet, le preheader et le nom de l'expéditeur de votre newsletter pour être facilement identifiables par vos abonnés et maximiser votre taux d'ouverture.

Au delà du contenu à proprement parler de votre newsletter (le corps de l'email), il est important de paramétrer avec soin les éléments qui apparaissent en boîte de réception avant l'ouverture :

- L'objet
- Le preheader
- Le nom de l'expéditeur

Ces éléments ont une influence capitale sur le taux d'ouverture de votre newsletter, puisqu'ils sont les premiers contenus à être vus par vos contacts et renseignent ces derniers sur le contenu de l'email.

Le choix de l'objet et du nom de l'expéditeur se fait à la première étape de la création de votre campagne (« Paramétrage ») :

Objet

Choisissez un objet qui décrit clairement le contenu de votre email. C'est le premier contenu que votre destinataire verra. Par exemple: "Vente privée: 25% sur notre nouvelle collection"

Email de l'expéditeur

Choisissez l'email que voient vos destinataires lorsqu'ils reçoivent votre campagne. [Ajouter un nouvel expéditeur](#)

L'**objet** de votre newsletter doit à la fois attirer l'attention de votre contact, lui donner une idée du contenu de l'email et le convaincre de l'ouvrir.

En raison de la forte proportion de consultation des emails depuis un appareil mobile, nous vous conseillons de ne pas excéder 50 caractères.

A ce sujet, retrouvez tous nos [conseils pour rédiger un bon objet d'email](#).

Le **nom d'expéditeur** est un élément qui devrait rester le même d'une newsletter à l'autre : ici, le but est de vous assurer que vos abonnés vous reconnaissent.

A vous de choisir un nom d'expéditeur plutôt formel (par exemple : l'Equipe Sendinblue) ou plus humain (par exemple : Alex de Sendinblue).

Pour aller plus loin, lisez notre article sur le [choix du nom d'expéditeur](#).

Le **preheader** est un texte de prévisualisation qui apparaît généralement après l'objet d'un email en boîte de réception, destiné à donner un aperçu de son contenu.

S'il n'est pas paramétré, il est généré par défaut à partir des premières lignes de texte de votre email.

Le problème, c'est que ces dernières ne sont pas toujours celles que l'on souhaiterait mettre en avant, notamment lorsqu'il s'agit du lien miroir de l'email !

Pour le paramétrer, il suffit d'éditer le champ prévu à cet effet à l'étape « Paramétrage » sous « Texte d'aperçu »

Classique A/B Test

Nom de la campagne

Test_FR

Choisissez un nom pour votre campagne qui vous permettra de la retrouver facilement dans votre compte. Par exemple : 'Solde_Octobre'

Objet

Ajouter une personnalisation

Choisissez un objet qui décrit clairement le contenu de votre email. C'est le premier contenu que votre destinataire verra. Par exemple : 'Vente privée : 25% sur notre nouvelle collection'

Veillez renseigner l'objet de l'email

Texte d'aperçu

Ajouter une personnalisation

Ecrivez un texte court (environ 35 caractères) qui donne un aperçu du contenu de votre email. Cela augmentera significativement votre taux d'ouverture. Cette fonctionnalité est supportée par la plupart des clients email comme Gmail et Yahoo, et sera affichée dans la boîte de réception de votre destinataire, juste en dessous du sujet.

Tout comme pour l'objet, la taille du preheader est limitée sur mobile : en moyenne, seuls les 35 premiers caractères sont visibles sur un smartphone en mode portrait.

Pour aller plus loin, lisez notre [guide d'optimisation du preheader](#).

Optimisez votre newsletter pour l'affichage sur mobile

À l'heure où plus de la moitié des emails sont ouverts sur mobile, il est indispensable d'optimiser vos newsletters afin qu'elles s'affichent parfaitement sur tous les terminaux.

Le temps d'attention des internautes est encore plus restreint lorsqu'ils sont sur leurs smartphone : on ne vous pardonnera pas le moindre faux pas. Un email qui s'affiche mal sur mobile fera plonger votre taux d'ouvertures et donc l'efficacité de vos campagnes newsletter.

Heureusement, tous les template proposés par Sendinblue sont déjà en responsive design (optimisés pour l'affichage sur mobile). Vous pouvez donc créer vos newsletter sans trop de soucis.

Cela dit, il y a tout de même quelques éléments à prendre en compte :

- L'objet doit être court et percutant. Un objet trop long risque de ne pas s'afficher complètement sur mobile
- Veillez à ne pas utiliser une taille de police trop petite pour que le texte reste lisible sur mobile – au moins 18 pixels.
- La luminosité de certains smartphones baissant avec la batterie, veillez à utiliser des contrastes de couleurs forts (éviter par exemple le contenu blanc sur fond gris).
- Réduisez au maximum la taille de vos newsletters afin qu'elles chargent rapidement sur mobile – évitez les pièces jointes et les images trop grandes.

Optimisez la délivrabilité de votre newsletter

La délivrabilité est la capacité d'un email à être remis dans la boîte de réception d'un destinataire – c'est donc un concept crucial en email marketing.

La délivrabilité, ce sont les emails qui contournent les filtres anti-spam et sont délivrés dans la boîte de réception principale de vos contacts.

C'est un vaste sujet auquel nous avons consacré de nombreux articles et guides, car pour optimiser la délivrabilité d'une newsletter, il faudra prendre en compte des mesures techniques comme respecter des bonnes pratiques en terme de rédaction de contenu.

Si vous voulez devenir des experts en délivrabilité, [téléchargez dès maintenant notre livre blanc dédié.](#)

Vous n'avez pas le temps de lire un ebook entier ? Dans ce cas, vous pouvez commencer par respecter ces 3 « commandements » afin d'optimiser la délivrabilité de votre newsletter :

- **Utilisez une adresse email correspondant à votre nom de domaine.** Assurez-vous d'utiliser une adresse email professionnelle (nom@sendinblue.com par exemple, au lieu de nom@gmail.com)

- **Évitez les spam words.** Ce sont des mots que les filtres anti-spam considèrent problématiques : vous trouverez une liste de spam words [ici](#).
- **Nettoyez vos listes de contacts.** Assurez-vous d'avoir un carnet d'adresses « propre » et n'envoyez jamais à des contacts inactifs ou à des adresses qui n'existent plus.

Pour plus de conseils qui vous aideront à booster la délivrabilité de votre newsletter, vous pouvez aussi lire cet article avec [10 astuces spéciales délivrabilité](#).

Newsletter et RGPD : comment être conforme

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) régule l'usage de données personnelles – comme des adresses email – au sein de l'Union européenne.

Depuis le 25 Mai 2018, toute entreprise qui collecte et/ou traite des données de citoyens européens se doit de respecter le RGPD. Cela est d'autant plus important si vous utilisez ces données à des fins commerciales (par exemple, en envoyant des emails avec des produits à acheter).

En cas de non respect du dispositif, les entreprises peuvent se voir infliger des amendes allant de 2% à 4% du chiffre d'affaires et jusqu'à 20 millions d'euros pour les infractions les plus graves. Le RGPD n'est donc pas à prendre à la légère !

Pour envoyer des newsletters conformes au RGPD, veillez à respecter les points suivants :

- **Collectez toujours le consentement explicite de vos destinataires de newsletter.** Votre formulaire d'inscription doit toujours contenir une case à cocher (et surtout pas de cases précochées !) et idéalement, vous utiliserez le processus de double opt-in. Dans ce cas, un email sera envoyé avec un lien de confirmation. Le contact sera ajouté à votre carnet d'adresses uniquement lorsqu'il aura cliqué sur ce lien.
- **Permettez à vos abonnés de se désinscrire en 1 clic.** En bas de votre newsletter, veillez toujours à insérer un lien de désabonnement visible et qui permet à vos contacts de se désinscrire de votre newsletter immédiatement.
- **Permettez à vos contacts d'accéder à leurs données.** Vous devez être en mesure de fournir à vos contacts les données dont vous disposez sur eux, s'ils le demandent. Vous devez aussi toujours expliquer clairement à quelle fin vous collectez leurs données.

Lexique

A

Autorépondeur

Un **autorépondeur** est un outil qui permet d'envoyer des emails automatiques déclenchés par des conditions prédéfinies : inscription sur le site, soumission d'un formulaire de contact, confirmation de commande...

A/B test

Un **test A/B** est une technique qui consiste à afficher des variantes d'un même élément à différents échantillons d'utilisateurs (par exemple, dans un email ou sur une page web) afin de déterminer quelle version donne les meilleurs résultats.

Affichage conditionnel

L'**affichage conditionnel** est une fonctionnalité de Sendinblue permettant d'afficher un contenu différent en fonction des attributs de chaque contact.

B

Blacklist

Une **blacklist** ou liste noire est un répertoire regroupant des adresses IP identifiées comme génératrices de spam et utilisé par les filtres anti-spam des fournisseurs de boîtes email.

C

Chat

Un **chat** est une fenêtre de conversation qui apparaît lorsqu'un visiteur arrive sur votre site internet pour lui permettre de discuter directement avec un agent (vous-même ou un membre de votre équipe).

CRM

Un **CRM** (Customer Relationship Management) désigne un outil de gestion de la relation client qui centralise les informations concernant vos clients et prospects. Il permet de garder l'historique des interactions avec chaque contact afin d'optimiser les prochaines actions.

D

Délivrabilité

La **délivrabilité** désigne la capacité d'un email à être remis à son destinataire dans sa boîte de réception principale.

Double opt-in

Le **double opt-in** consiste à envoyer un email de validation à un nouveau contact après son inscription à votre newsletter. Dans cet email, il doit cliquer sur un bouton pour valider son inscription et recevoir d'autres emails de votre part.

E

Emailing

L'**emailing** désigne l'envoi d'emails promotionnels à une large liste de contacts (clients, prospects...) à des fins de prospection, de fidélisation ou simplement d'information. (Voir aussi « Email Marketing » ou « Publipostage »).

Email Marketing

L'**email marketing** ou marketing par courriel désigne la conception et l'envoi d'emails comme canal de marketing direct. Longtemps assimilé à du publipostage de masse, il est aujourd'hui basé sur le consentement des contacts et la personnalisation des messages.

I

Inbound Marketing

L'**inbound marketing** est une stratégie marketing qui consiste à attirer des prospects en créant des contenus de qualité (articles de blog, livres blancs, webinars...), plutôt que par des messages non sollicités (publicité, démarchage...).

L

Landing Page

Une **Landing Page** (page de destination) est une page web spécifiquement destinée à recevoir les visiteurs ayant cliqué sur un lien depuis une autre page ou une campagne marketing. Son rôle est de présenter une offre et d'inciter le visiteur à accomplir une action, par exemple un achat ou une prise de contact.

Logiciel d'emailing

Un **logiciel d'emailing** (ou plateforme, outil, solution d'emailing) est une solution permettant de concevoir et envoyer des campagnes d'emailing ainsi que de gérer différentes listes de contacts. Certains existent en version gratuite, on parle alors de logiciel d'emailing gratuit.

Logiciel d'emailing gratuit

Un logiciel d'emailing gratuit est une solution miracle recherchée par beaucoup d'internautes. En réalité, la plupart des logiciels d'emailing proposent une offre freemium qui permettent de les utiliser gratuitement pour un usage basique et un faible volume d'envoi. En revanche, il est utopique de chercher une solution entièrement gratuite qui permette d'envoyer efficacement des emails à grande échelle.

Logiciel newsletter

Un **logiciel newsletter** est une solution qui permet de créer et d'envoyer des newsletters. Les logiciels de newsletter professionnels vous permettent aussi de gérer vos listes de destinataires et d'avoir accès à de nombreux rapports sur vos envois.

Logiciel d'envoi d'emails en masse

Un logiciel d'envoi d'emails en masse est une solution permettant d'envoyer des campagnes email à un grand nombre de contacts tout en gardant une bonne délivrabilité.

M

Marketing Automation

Le **marketing automation** désigne l'automatisation de campagnes marketing déclenchées par un ensemble de conditions prédéfinies et en fonction du comportement de l'utilisateur.

Marketing Conversationnel

Le **marketing conversationnel** désigne l'ensemble des actions de marketing mises en place à travers des canaux interactifs permettant aux consommateurs de discuter avec une marque : réseaux sociaux, messageries instantanées, chatbots...

N

Newsletter

Une **newsletter** ou **lettre d'information** est un email que l'on envoie de façon périodique à une liste d'abonnés (également appelée liste de diffusion). Il peut s'agir d'un email promotionnel destiné à mettre en avant l'actualité d'une marque et de ses produits et / ou de contenu éditorial.

[En savoir plus](#)

O

Objet d'email

L'objet d'un email est l'intitulé du message qui apparaît dans la boîte de réception des destinataires avant son ouverture.

P

Personnalisation

En marketing, la personnalisation consiste à adapter les contenus affichés (sur un site web, dans un email...) en fonction des informations dont on dispose sur un client ou visiteur (Voir aussi « Affichage Conditionnel »)

Publipostage

Le publipostage désigne l'envoi d'informations publicitaires à un groupe de personnes, que ce soit au format papier ou électronique – ce dernier étant le plus utilisé aujourd'hui.