FICHE TECHNIQUE

POURQUOI METTRE EN PLACE UNE NEWSLETTER?

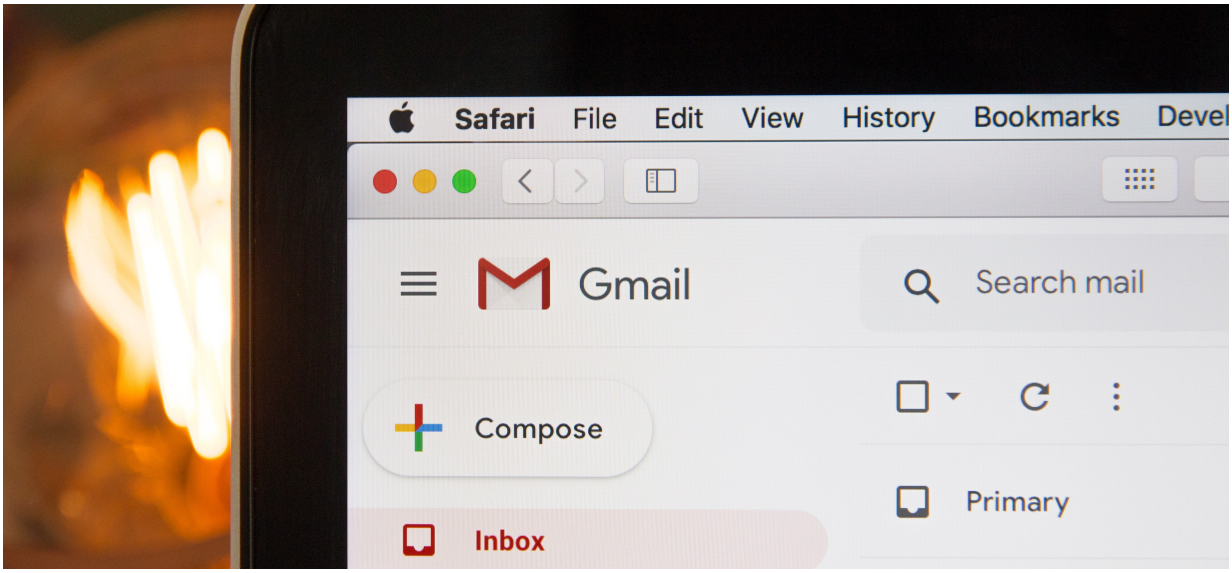
Un outil efficace pour faire connaître son business

La newsletter, un outil indispensable

Mettre en place une newsletter peut sembler de prime abord fastidieux. Il s'agit pourtant d'un moyen très efficace pour créer un lien fort avec votre communauté et de lui réserver un statut privilégié en lui permettant d'accéder à du contenu unique. Comme toujours dans les canaux de communication, vous pouvez montrer par ce biais votre expertise et vos connaissances dans votre domaine d'activité à votre communauté. C'est également une façon originale de partager les coulisses de votre entreprise et de votre travail: une démarche qui plait beaucoup aux prospects.

La newsletter favorise le dialogue avec les abonnés, notamment si vous placez judicieusement des boutons "d'appel à action", qui peuvent amener à un formulaire de contact ou vers vos réseaux sociaux.

La newsletter permet enfin de partager vos actualités comme le dernier article de votre blog, des promotions dans votre boutique, le lancement de votre nouveau projet...



Choisir sa plateforme

Beaucoup de sites proposent de créer et d'envoyer vos newsletters: MailChimp, Convertkit, MailerLite...La plupart permettent d'envoyer votre contenu gratuitement tant que votre liste d'abonnés ne dépasse pas une certaine limite (le plus souvent, 1000 abonnés). Ces possibilités sont donc largement suffisantes pour débuter. Certains, comme MailChimp, sont en anglais, ce qui pourrait en rebuter certains...

Trouver du contenu

Gardez à l'esprit que vos abonnés souhaitent lire du contenu exclusif, envoyé de façon personnalisée. Rien de pire qu'un mail automatique et froid n'ayant d'autre but que de faire votre propre promotion! N'hésitez pas à créer du contenu exclusif pour vos abonnés: ebook, pdf, vidéo...Si vous souhaitez partager une actualité importante, donnez à votre communauté le sentiment d'être privilégiée en lui en faisant part en avant-première (Exemple: un code promo utilisable sur votre eshop).

Déterminer le rythme

Rien de pire que les entreprises qui inondent nos boites mails à la moindre promotion! A vous de déterminer le bon rythme de publication, en fonction de ce qui se fait dans votre secteur d'activité et de ce que recherche votre communauté d'abonnés. De même, n'espacez pas trop vos envois, cela pourrait affecter le principal objectif de la newsletter, à savoir mobiliser votre communauté.

Analyser les résultats

Il est essentiel de savoir si les envois de vos newsletters remplissent vos objectifs et si non, trouver et mettre en place des solutions. A chaque campagne, vérifiez les statistiques fournies par le site d'envoi et notamment le taux d'ouverture et le nombre de clics sur les liens que vous avez inclus dans votre newsletter. Vous affinerez ainsi vos newsletters au fil du temps pour remplir vos objectifs.