

En préambule

La collecte des données clients

L'avènement de la digitalisation a transformé la manière dont les entreprises interagissent avec leurs clients. Plus que jamais, les données clients sont devenues une ressource précieuse pour les entreprises.

Il est donc primordial de collecter et mettre à jour vos données clients selon le schéma suivant :

- Définir les données utiles
- Définir la technique de collecte
 - o Fichiers existants
 - o Collecte via le web et les réseaux sociaux (ex. concours, demande d'infos)
 - o Collecte dans l'entreprise (ex. carte de fidélité)
- Mettre en œuvre le plan de collecte
- Veiller à mettre à jour et protéger les données.

La newsletter

I - Quel est l'intérêt d'une newsletter :

1. Renforcer la relation avec les clients

En envoyant régulièrement des informations pertinentes, des actualités sur vos produits ou services, et des contenus exclusifs, vous maintenez le contact avec vos clients tout au long de l'année. Cela permet de les garder engagés et informés, ce qui est crucial pour la fidélisation. De plus, une newsletter bien conçue peut contribuer à créer un sentiment de communauté et de loyauté autour de votre marque.

2. Promouvoir les produits et services

Contrairement aux publicités payantes, la newsletter atteint directement les personnes qui ont déjà montré un intérêt pour votre entreprise. Cela signifie que vous avez une audience plus ciblée et réceptive à vos offres. Vous pouvez mettre en avant les nouvelles sorties, les offres spéciales ou les événements à venir, tout en adaptant le contenu en fonction des préférences de vos abonnés.

3. Partager des informations et du contenu de valeur

Que ce soit des articles de blog, des études de cas, des témoignages de clients ou des conseils pratiques, offrir du contenu utile et pertinent renforce votre crédibilité et positionne votre entreprise en tant qu'experte dans son domaine. Cela peut aussi améliorer le référencement de votre site web en générant du trafic qualifié.

4. Améliorer la communication interne

Elle peut aussi jouer un rôle important dans la communication interne. En diffusant des informations sur les réussites de l'entreprise, les projets en cours, les évolutions de l'équipe ou des messages importants de la direction, vous favorisez un sentiment d'appartenance et d'engagement parmi les employés.

5. Analyser les performances et ajuster les stratégies

Grâce aux outils d'analyse disponibles, vous pouvez mesurer l'efficacité de vos campagnes, savoir quels contenus intéressent le plus vos abonnés, et ajuster vos

stratégies en conséquence. Ces informations permettent d'optimiser vos futures newsletters et d'améliorer continuellement la pertinence de vos communications.

II – Newsletter mode d'emploi

Trouver l'outil spécifique : Brevo, Mailchimp...

- Brevo (moins de Fr. 100.- pour une année – environ Fr. 7.- par mois)
- Mailchimp

Ce qui coute c'est le temps que l'on met à installer l'outil, l'adaptation ou la création d'un modèle puis la conception de newsletter.

Sous quelle forme

- E-mail
- SMS (via un outil de newsletter mais aussi via WhatsApp)

Pas de règle générale, le type de newsletter dépend de l'entreprise, de ses clients et du type de relations qu'ils entretiennent.

Composer le modèle qui sera réutilisé

Définir le contenu

- Textes
- Illustrations
- Pages de destination

A quelle fréquence

Pourquoi ne pas utiliser sa boîte e-mail pour les envois en nombre :

1. **Risques de spam** : Les envois en masse depuis une boîte e-mail personnelle peuvent être perçus comme du spam, ce qui peut entraîner des plaintes et nuire à votre réputation d'expéditeur. Cela peut même aboutir à ce que votre adresse soit bloquée.
2. **Manque de fonctionnalités** : Les outils de newsletter offrent des fonctionnalités comme le suivi des ouvertures et des clics, des modèles de conception, et la gestion des abonnés, qui ne sont pas disponibles dans une boîte e-mail classique.
3. **Difficulté de gestion** : Gérer une liste d'abonnés et les désinscriptions peut devenir compliqué si vous utilisez une boîte e-mail personnelle, ce qui peut entraîner des erreurs et des mécontentements.

Quelques conseils

Les pièges à éviter :

- Trop d'envois
- Trop de textes

Important :

- Avoir quelque chose à annoncer
- Adapter son vocabulaire
- Illustrer : photos, émojis...
- Consulter les statistiques après les envois.