



*Les bases oubliées*  
d'un mailing efficace

 [sg-autorepondeur.com](http://sg-autorepondeur.com)

Ce livret vous est présenté par : [www.votreassistante.net/blog/](http://www.votreassistante.net/blog/)



# Sommaire

1

**Le mailing, les bases**

2

**Les 4 formes de mailing**

3

**Vos 2 objectifs**

4

**Les 4 points clés d'un mailing**

5

**Les 6 étapes principales**

6

**Les 4 aspects de la newsletter**

7

**Mesurer l'efficacité d'un mailing**

8

**Conclusion**

Le mailing est un document commercial **personnalisé** qui va être envoyé dans le but d'**informer** et de **vendre**.

# Les 4 formes de mailing

## Papier

- Courrier postal
- Lettre remise en main propre

## Email

- Newsletter
- Suivi personnalisé

## Fax

- Envoi par fax

## SMS MMS

- Envoi par le réseau de la téléphonie mobile



# Vos 2 objectifs

## Informez ET vendez

Répétez sans cesse le processus :  
3 démarches d'information puis  
une démarche de vente.

### Informez

- En communiquant sur ce que votre prospect attend.
- En donnant de l'information de qualité en rapport avec la demande.
- En offrant des vidéos de formation.
- En proposant des sondages ou questionnaires de satisfaction pour mieux connaître votre public.
- En invitant à des événements.

### Vendez

- En utilisant la méthode AIDA (attraction, intérêt, désir, action).
- En rendant votre offre irrésistible.
- En insistant sur la réalisation des rêves et objectifs de votre client.
- En ajoutant des garanties.
- En incluant des témoignages.
- En insistant sur vos points forts.
- En s'assurant de la satisfaction du suivi.

# Les 4 points clés d'un mailing

## La qualité du message

- Il doit **insister sur les avantages et les bénéfices** représentés POUR le client plutôt que de mettre en avant les caractéristiques de votre offre. Votre client doit se sentir concerné et voir ce qu'il peut en tirer LUI.
- Décrire vos caractéristiques en ajoutant des preuves vérifiables (chiffres, tests, sondages, statistiques, témoignages, etc).

## La forme

- Soigner la **présentation**, l'**orthographe**, la **lisibilité** (paragraphes courts et aérés) et la **rédaction de l'objet**.
- Sans la forme, le fond n'a aucun intérêt.

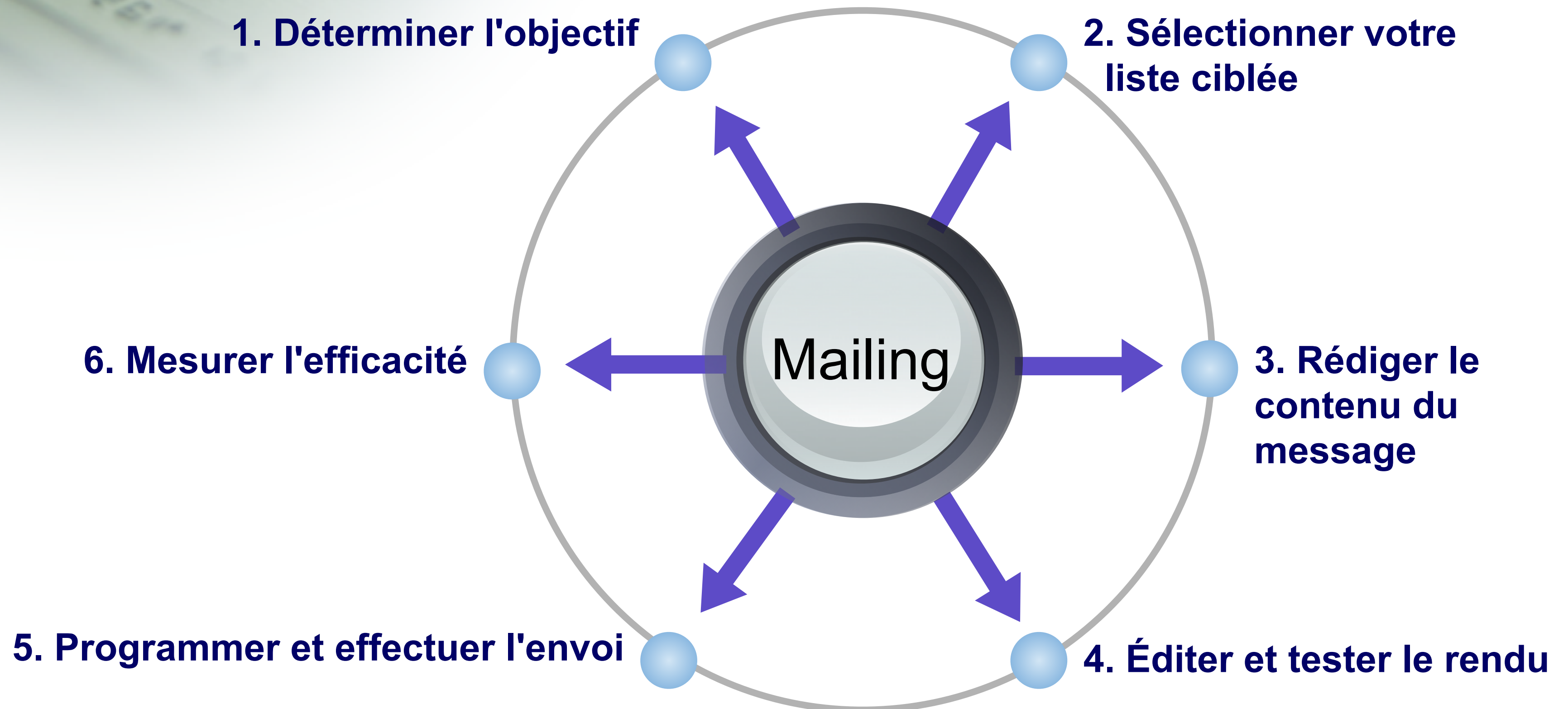
## Le timing

- **Le bon produit au bon moment sur la bonne cible**. Respecter les saisonnalités et éviter les périodes de congés.
- Un mailing ne s'improvise pas, il faut le planifier.

## La base de destinataires

- **Le meilleur fichier de contacts est le votre**, celui que vous aurez pris le soin d'enrichir et de mettre à jour au fil du temps. Il aura une grande valeur et une grande acuité.
- Restez très vigilant sur la location ou l'achat de fichiers car ils sont très utilisés, les destinataires sont très sollicités donc moins réceptifs à votre offre. Soyez très attentif à l'ancienneté car si le fichier à plus de 12 mois, il sera obsolète et contiendra de nombreux NPAI (adresses invalides).
- Privilégier un fichier plus petit, plus ciblé, basé sur la réactivité.

# Les 6 étapes principales





# Les 4 aspects de la newsletter

## Une nouvelle information

- Un événement
- Une sortie de produit

## Actualité du site ou blog

- Nouvelle rubrique
- Changement des conditions de ventes ou de vos tarifs
- Nouvelles fonctionnalités

## Nouvelles publications

- Nouvel article
- Nouvel interview
- Nouveaux intervenants
- Éditorial d'information

## Du contenu sur votre thématique

- Pour former et apprendre
- Pour motiver
- Pour raconter des histoires

Avec un auto-répondeur, vous créez une histoire une seule fois, composée de plusieurs newsletters, et à chaque fois qu'une personne s'inscrit, elle recevra votre séquence d'emails en temps et en heure, par rapport à sa date d'inscription et les échéances que vous aurez choisi.



# Mesurer l'efficacité d'un mailing



Vente

**En mesurant votre rentabilité financière ou retour sur investissement.**  
Quel est le coût de la campagne et quel est le chiffre d'affaire ou le nombre de ventes.



Information

**En mesurant les taux de retours.**  
Combien de réponses ou de clics obtenus.

# Conclusion

Le mailing est **incontournable** dans une entreprise et nécessite d'être maîtrisé.

L' e-mailing n'est plus un fardeau s'il est **automatisé** grâce à un service d'auto-répondeur professionnel et offrant une formation.

[30 jours offerts chez SG Autorepondeur, cliquez ici !](#)



**À votre réussite !**

 [sg-autorepondeur.com](http://sg-autorepondeur.com)

