Formation proposée par :

SG Autorépondeur
Votre marketing prend vie

www.sg-autorepondeur.com/blog

Pour le spécialiste...

Chapitre 2

Durée de vie de votre prospect

Introduction

Pour le spécialiste…

- **Les statistiques permettent d'identifier :**
  - Un fort taux de désabonnement à J + x jours
  - Un lien entre ces désabonnements et un envoi automatique

Exercice 2

Pour le spécialiste…

- **A quelle heure avez-vous l'habitude de consulter vos emails ?**

Jean :
« Je suis à la retraite, je consulte mes emails toutes les heurs. »

Daniel :
« Toutes les 15 mn pour répondre rapidement aux clients. »

Ginette :
« Je suis formatrice, je consulte mes emails à 9h à mon arrivée et à 16h avant mon départ. »

Nicole :
« Toute la journée, je travaille sur mon ordinateur à domicile. »

Alfred :
« 8h car je pense que les premiers emails reçus sont davantage lus »

Stéphane :
« Le matin avant de commencer mon travail. »

** Ces réponses ont été données par des participants à une conférence organisée sur ce thème.*

Introduction

Pour le spécialiste…

- **L'heure et le jour d'envoi que vous programmez doit dépendre de l'heure et du jour auxquels réagissent vos abonnés** (Faites des tests d'envois à différentes heures).

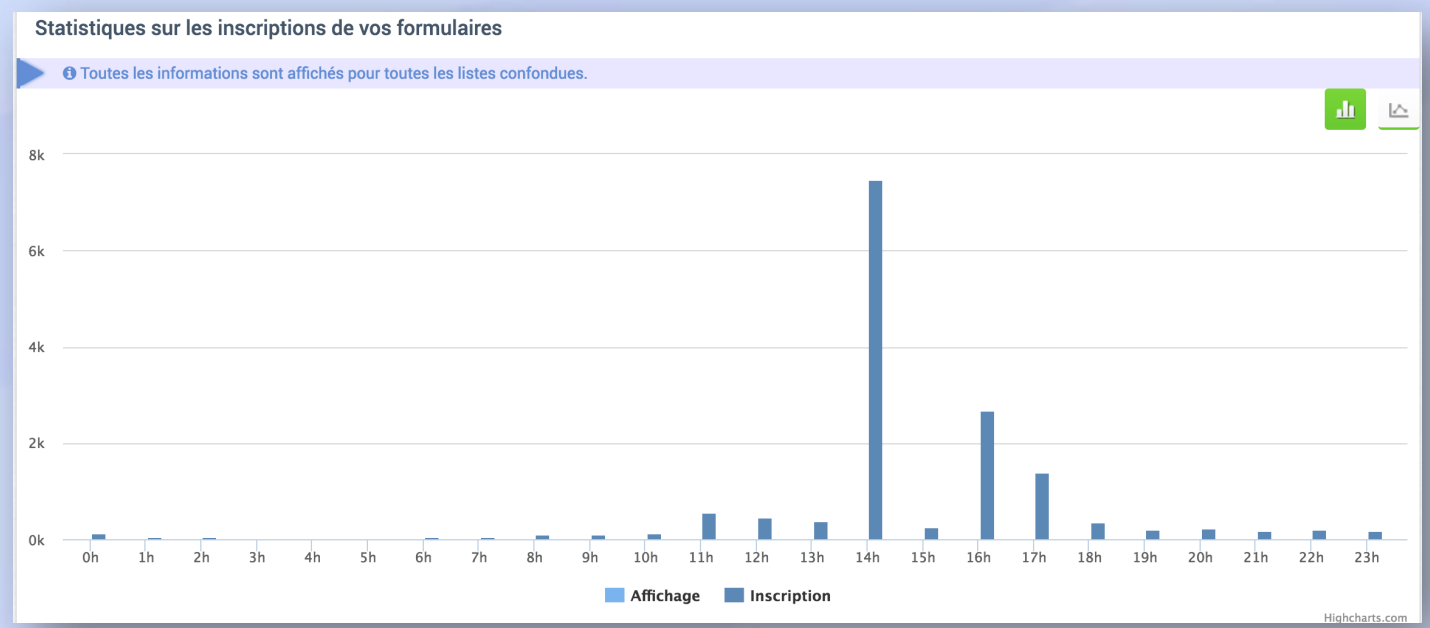
- **En règle générale 10 %* de vos destinataires vont ouvrir vos emails peu après leurs réceptions, les autres le feront en fonction de leurs propres disponibilités.**

**10 % est une information non exhaustive car cela dépend de votre marché.*

Ex. 1, un horaire bien choisi

Pour le spécialiste…

Inscriptions vs. heures d'ouverture



Où l'on voit que les inscriptions se font beaucoup vers 14h.

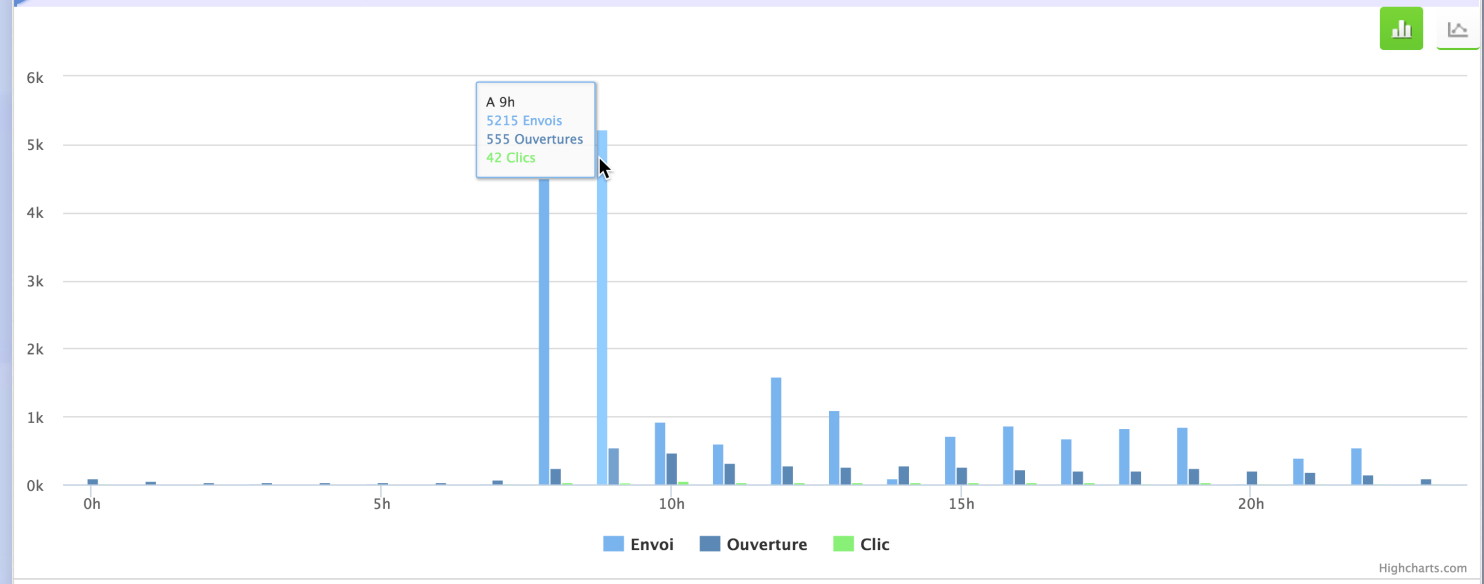
Il est donc inutile d'envoyer vos messages le matin dans cet exemple.

A quelle heure vos abonnés réagissent-ils ?

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les envois que vous effectuez

Toutes les informations sont affichés pour toutes les listes confondues.



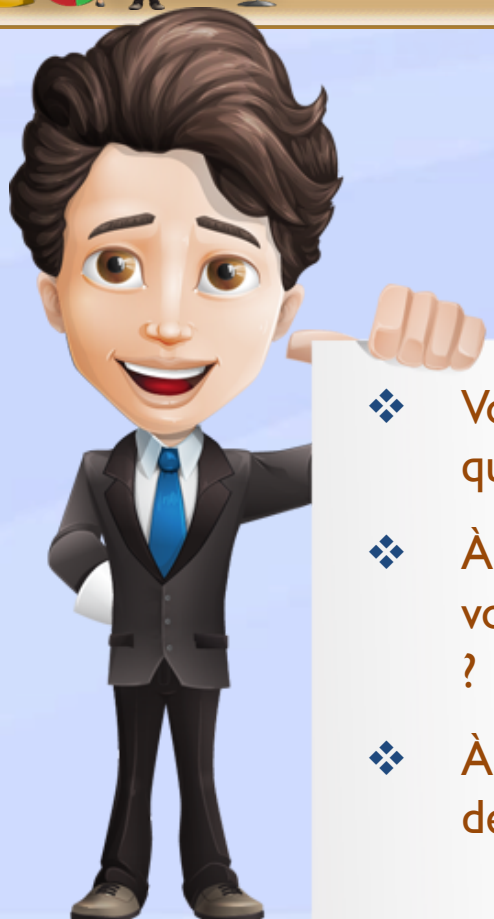
Vous effectuez le plus souvent vos envois vers 9 heures (Paris).
Vos abonnés lisent vos emails le plus souvent à 9 heures (Paris).
Vos abonnés cliquent sur les liens de vos emails le plus souvent vers 10 heures (Paris).

Allez dans le menu complet puis « Mes statistiques ».

Cliquez alors sur « Sur mes contacts », puis sur l'icône « meilleures heures d'engagement ».

Votre horaire est-il bien choisi ?

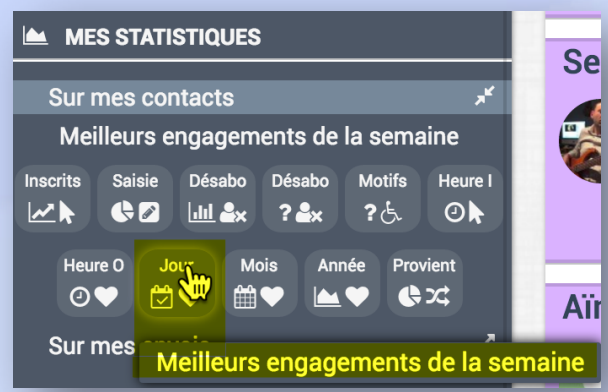
Pour le spécialiste…



- Vous communiquez avec quel type de population ?
- À quelle heure effectuez-vous vos envois réellement ?
- À quelle heure vos destinataires réagissent-ils ?

Votre jour est-il bien choisi ?

Pour le spécialiste…



- Vous communiquez avec quel type de population ?
- À quelle jour de la semaine effectuez-vous vos envois ?
- Quand vos destinataires réagissent-ils le plus souvent ?

Le danger des grands écrats

Pour le spécialiste…

- Un email qui est envoyé à 6h mais qui est lu à 80% entre 16h et 20h réduit l'efficacité de votre campagne si votre prospect comment sa lecture par le haut de la liste.
- Un email qui est envoyé le mardi qui qui est lu à 70% le jeudi réduit l'efficacité de votre campagne.
- Si l'email est envoyé peu avant les habitudes d'ouverture de vos destinataires, le message sera disposé en haut de la boîte de réception et sera lu avant les emails ayant été expédiés le matin.

Exercice

Pour le spécialiste…

Lorsque vous consultez vos emails, comment procédez-vous ?

Jean-Louis : *« Je remonte la liste du jour et ouvre en premier les mails que j'attends, puis ceux des expéditeurs que je connais, puis ceux dont le libellé m'interpelle. »*

Stéphane : *« Je cherche d'abord les emails de commande provenant de Paypal, ensuite les commentaires à valider sur mes blogs et, pour finir, je traite l'information des différents concurrents en supprimant d'office les emails dont les sujets sont identiques sans même les ouvrir car ils proposent un produit identique. »*

Olivier : *« Je consulte par ordre d'arrivée des messages, donc du bas vers le haut. »*

Sébastien : *« Je consulte du plus ancien au plus récent si c'est ma boîte professionnel et du haut vers le bas si c'est ma boîte personnelle. »*

**** Ces réponses ont été données par des participants à l'un de nos séminaires.***

Exercice

Pour le spécialiste…

Lorsque vous consultez vos emails, comment procédez-vous ?

Ginette: *« Si j'attends des réponses, je débute par cela. »*

Noël : *« L'ordre de lecture de mes emails dépend surtout de l'expéditeur. »*

Stéphane : *« Je commence par le haut. »*

Olivier : *« D'abord un aperçu rapide, puis les plus importants selon l'expéditeur. »*

Thierry & Marc: *« Je lis les plus anciens d'abord, ceux qui se trouvent en bas. »*

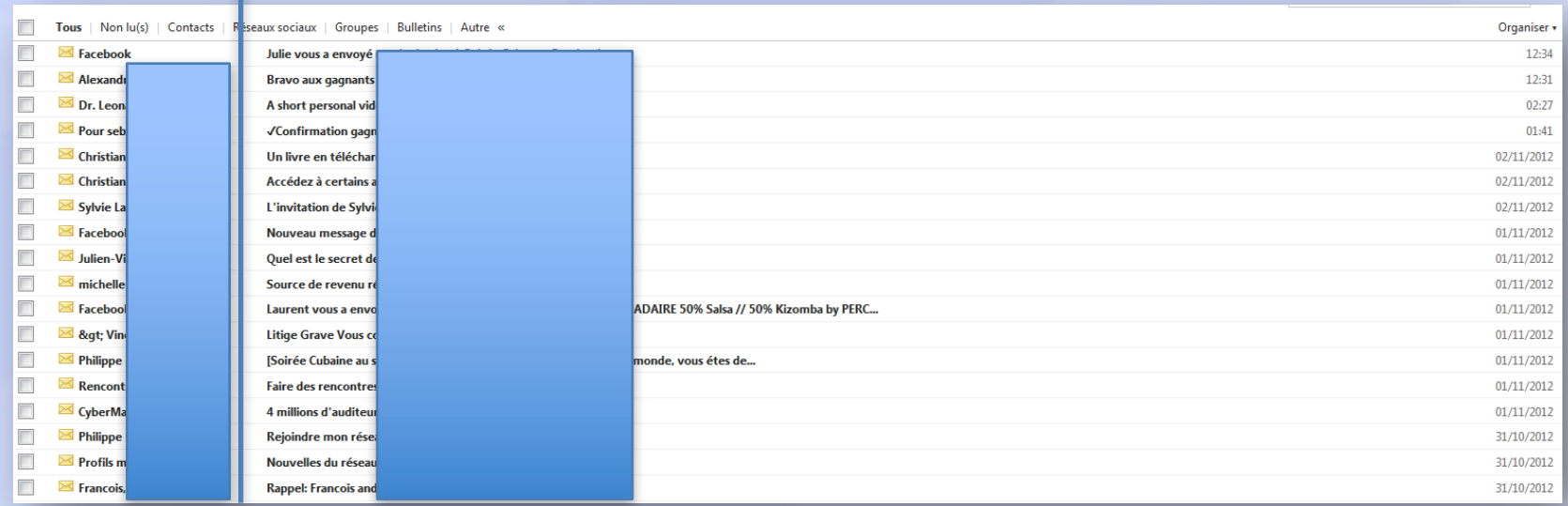
Les habitudes d'ouvertures des emails peuvent être très différentes selon les destinataires.

**** Ces réponses ont été données par des participants à l'un de nos séminaires.***

Processus de visualisation et de tri

Pour le spécialiste…

Nom Expéditeur | **Sujet**



1. *Le système visuel se dirige sur la première ligne et prend connaissance de toutes les lignes à trier.*
2. *Le destinataire va* **traiter** *chaque email de haut en bas ou de bas en haut. S'il y a trop d'emails, il sera lassé et ne les ouvrira pas tous.*

CONCLUSION

Pour le spécialiste…

- Adaptez votre horaire et jour d'envoi en fonction de vos abonnés.
- Mais ne tombez pas dans le piège de choisir le même horaire afin d'éviter la routine et ne pas être considéré comme un robot.
- Par exemple, si vos destinataires lisent principalement les emails en fin de journée, variez les heures d'envois entre 16h et 19h et évitez de programmer vos envois pour 6h du matin.
- Les statistiques disponibles sont intéressantes si vous avez quelques centaines d'abonnés.

Merci !

SG Autorépondeur

Votre marketing prend vie

Passez au chapitre suivant svp