Sur le Front

du Marketing électronique

Webinaire numéro 13

11 Tendances pour L'emailing en 2011

MessageBusiness®
communiquez, prospérez

Une Très Bonne Année 2011

L’équipe Message Business vous souhaite ses meilleurs vœux pour l’année 2011

La santé, le bonheur et la prospérité grâce à vos projets de communication (forcément, c'est inscrit dans notre logo !).

Et pour démarrer 2011 nous vous invitons à retrouver
11 tendances sur un sujet qui nous tient à cœur...

L’Email !

Vous pouvez aussi lire et partager ces tendances ici
www.message-business.com/emailing-tendances-2011/

L'année 2011 en matière d'Email Marketing sera donc OPTMISTE

crédit photo tigr

et…

…Astucieusement ANALYTIQUE

- "C'est quoi ton taux d'ouverture ?" Cette question suivie d'une moue dédaigneuse ou d'un regard anxieux est encore trop souvent le stade ultime de la compréhension des retombées d'une campagne. Quand on parle d'analytique **on pense trop statistique et pas assez analyse**.

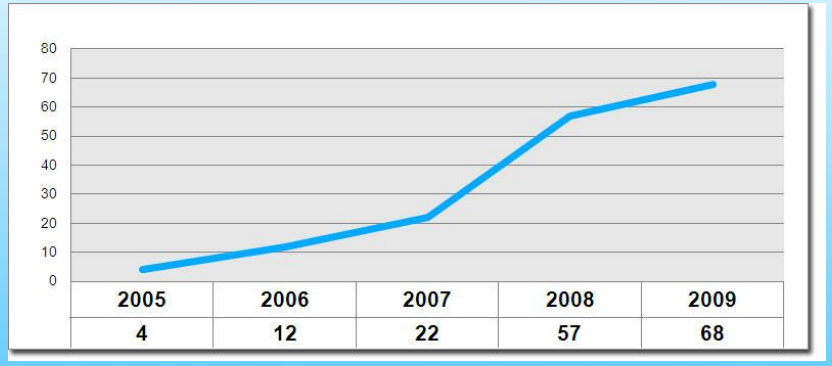
  En 2011 il faudra comprendre *pourquoi* tel taux est "bon" ou "mauvais" afin d'améliorer la campagne suivante. Pour cela il faudra identifier les facteurs qui contribuent à la réussite ou à l'échec : l'offre, la création, le HTML, les fautes d'orthographes, le fichier d'adresses ou tout simplement la date choisie. Pour aider cette analyse nous partageons souvent en séminaire ce tableau :

		Le principal contributeur à l'échec / réussite du taux						
Les taux	Moment	Offre	Adresse	Ciblage	En tête	Visuels	Texte	Routage
Liste Orange			✔					
NPAI hard			✔					
NPAI soft	✔		✔					✔
Réception			✔		✔			✔
Ouverture	✔			✔	✔		✔	✔
Clic	✔	✔		✔	✔	✔	✔	
Réactivité	✔	✔		✔	✔	✔	✔	
Transformation	✔	✔						
Désabonnement		✔		✔	✔	✔	✔	

Cette tendance est en fait plutôt un voeux : en 2011, après chaque campagne faisons en sorte de prendre les minutes nécessaires pour améliorer la suivante !

...Impérativement CHIRURGICALE

- La tendance de la courbe ci-dessous pourrait être celle de votre taux d'ouverture en suivant les conseils de Message Business :-) mais elle représente en fait le nombre d'emailings routés par les routeurs membres du SNCD (Syndicat National de la Communication Direct) entre 2005 et 2009 (les chiffres 2010 seront difusés par notre cher syndicat dans les prochaines semaines...). Les volumes décuplent et la tendance n'est pas prête à s'inverser. On pourrait imaginer qu'avec un tel flot de messages le taux d'ouverture chuterait... Et pourtant les études constatent qu'en fidélisation le taux d'ouverture se maintient vaillamment aux alentours de 20%.



Quels enseignements en tirer pour 2011 ? **Le communicant par mail qui réussira sera celui qui saura segmenter ses bases et mettre les bons messages en regard !** On entend déjà nos ainés en provenance du marketing direct traditionnel s'esclaffer devant une telle tarte à la crème... Pour des raisons évidentes de coûts de routage et d'impression, les meilleurs d'entre eux ont toujours su habilement calibrer leur message pour toucher au plus près leurs meilleures cibles. Ce travail d'orfèvre inspirera certainement les email marketeurs même si l'enjeu n'est plus de faire des économies (l'email est si économique !) mais plus prosaïquement que son message soit ouvert par le destinataire.

…Réellement DÉMOCRATIQUE

- Pour l'émetteur, l'email marketing est une stratégie simple à mettre en oeuvre, des formats rapides à éditer, un langage informatique à la portée de tous, une analyse des retombées facilement accessible, ... L'email Marketing est possible pour toutes les entreprises et toutes les organisations quels que soient leur taille et leurs moyens financiers ! A travers cette conviction, nous ne puisons pas *que* dans le positionnement de Message Business et dans notre ambition de rendre nos solutions les plus accessibles possibles ! En effet, côté destinataires, l'email a toujours été le média le plus universel de l'Internet et **cette universalité perdura**. **Mobile, réseaux sociaux, tout converge en effet vers la boite de réception.**

La boite de réception est l'endroit le plus accessible quels que soient la bande passante et le terminal utilisé. Mais attention, comme dans toute démocratie, votre temps de parole est limité, la police (les antispams) veille et **vous devrez faire preuve d'éloquence pour convaincre votre auditoire :-)**

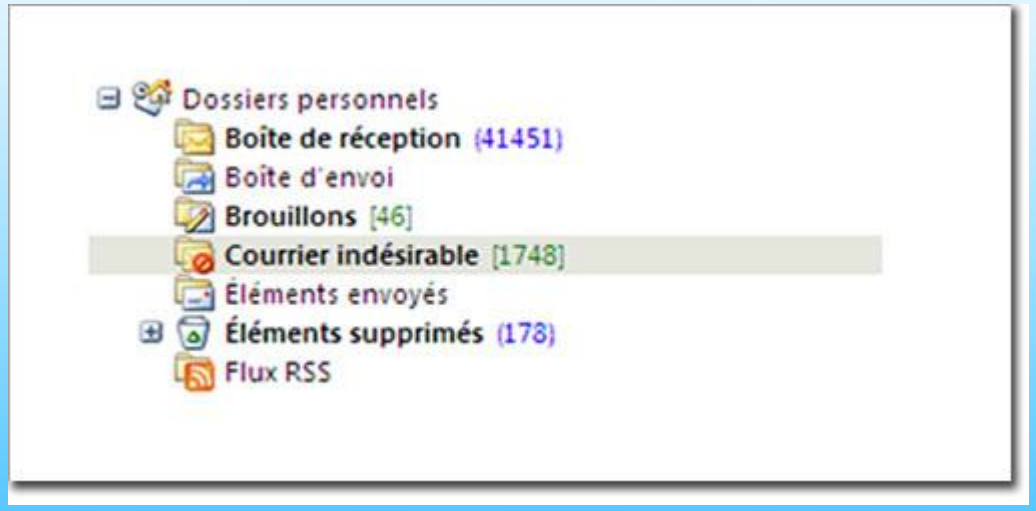
...DÉCLENCHEUSE et parfois même AGUICHEUSE

- Une campagne qui ne déclenche ni clic, ni achat, ni souvenir est une campagne inutile. En septembre 2010, nous avions utilisé la métaphore de la relation amoureuse pour exprimer le fait qu'une campagne email est fondamentalement une interaction. En 2011, l'écoute et la séduction seront plus que jamais indispensables pour atteindre vos buts. Proposez des offres difficiles à refuser puis habillez les de vos plus atours, qu'ils soient esthétiques ou éditoriaux ! **Prenez le temps de comprendre les attentes de vos cibles et comblez les !**

Gmail a su buzzer autour de la nouvelle fonctionnalité de boite de réception prioritaire qui ne faisait qu'illustrer le comportement le plus habituel des internautes : plus un message d'un émetteur les intéressent (intérêt manifesté en ouvrant et en cliquant) plus ils seront disposés à ouvrir le message suivant (C'est d'ailleurs pour cette même raison nous ne sommes par du tout persuadés que les internautes laisseront leur logiciel de messagerie faire ce travail à leur place...L'époque des mariages arrangés est révolue mais c'est un autre débat). **Avant chaque campagne en 2011 il faudra se mettre une minute à la place du destinataire. Ouvririez vous cette campagne ? Y trouveriez vous de l'intérêt ?** Si la réponse est oui alors n'hésitez pas !

...Techniquement RIGOUREUSE

- Comme c'est triste de voir passer des campagnes coûteuses, émanant parfois de grands annonceurs, conseillés par des agences réputées, et bourrées d'erreurs au niveau du code HTML qui auraient pu être évitées en quelques minutes d'attention ! Résultat : une augmentation drastique de la mise en courrier indésirable ou le non affichage sur tout ou certaines messageries...



Comme tout le monde n'a pas les budgets de ---(censuré) et de --- (censuré) qui semblent préfèrer investir pour ne pas être lu, la tendance de 2011 sera de contrôler ses campagnes sous Gmail, Outlook 2007, Hotmail et surtout **de ne pas céder aux** 12 péchés du HTML pour l'Emailing ! Si vous ne les connaissez pas, ce lien est obligatoire, que vous soyez webmaster ou pas.

...Vraiment SOCIALE

- A un de nos chers concurrents qui vantait la possibilité de diffuser ses campagnes sur les réseaux sociaux (fonctionnalité d'ailleurs proposée par Message Business ;-), Ludovic Passamonti (consultant Ecommerce) posait benoitement la question "*intégrer les réseaux sociaux au cœur de l'efficacité des campagnes marketing ca veut dire quoi*" ? L'enjeu que soulève les réseaux sociaux et auquel doit urgemment répondre les entreprises n'est effectivement pas une question de technologie mais de compréhension des attentes de ses cibles et de priorisation de ses actions marketing.

L'équation à résoudre est la suivante : sachant que Facebook ≠ Twitter ≠ Viadeo ≠ CommentCaMarche.net, tant en terme d'usages que de ciblages, quels efforts je leur(s) accorde et surtout **comment je m'organise pour en assurer l'exploitation, le contrôle et la mesure**. La démultiplication des boites de réception entraine en effet l'acquisition de compétences nouvelles en gestion de communauté. L'email marketer a tout à y gagner en terme d'écoute de ses cibles et d'évolution de ses pratiques marketing. Chirurgical, analytique et éthique on vous disait : on pourrait rajouter **agile** !

…Ambitieusement FIDÉLISANTE

- En ces temps de fragmentation de ses audiences (cf ci dessus), l'entreprise peut risquer de se disperser. Nous pensons que la qualité du message - tant sur le fond que sur la forme graphique et éditoriale - primera plus que jamais pour fidéliser vos destinataires. L'email est le canal majeur de la fidélisation et devra être traité avec égard. L'objectif en 2011 est donc de pas céder au découragement et au contraire de booster son taux d'ouverture, de réactivité et de clic.

  En 2011, seules les newsletters et emailing de fidélisation les plus pertinents (mettez ce que vous voulez derrière ce mot) arriveront jusqu'au cerveau de leur destinataire. **25 à 30% de taux d'ouverture c'est possible, que ce soit en B to B ou B to C !**

…Volontairement ETHIQUE

- Au fait c'est quoi l'éthique du marketing, notamment par email ? A l'heure des réseaux sociaux, des antispams et de l'email marketing à la performance, ce débat initié par des associations comme l'Adetem ou des acteurs de la veille CRM comme BLO (qui en voit passer des vertes et des pas mures) ne peut que prendre une ampleur importante dans les prochains mois. Quand on a reccueilli le consentement d'un destinataire peut on en faire n'importe quoi et surtout comment le consentement est il véritablement reccueilli ? **Les réponses seront probablement à trouver quelques part entre la carotte et le baton**.

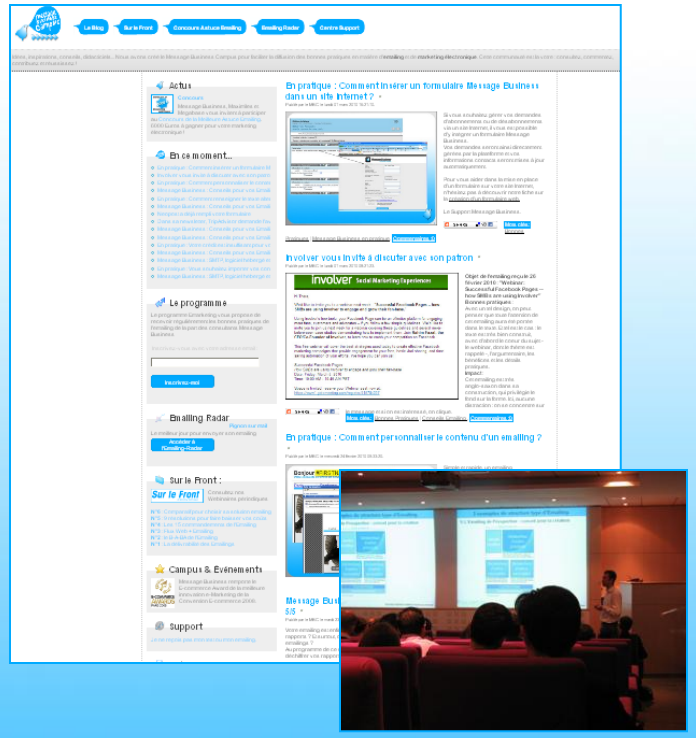
  L'année 2011 et les suivantes seront riches en évolutions réglémentaires, en intiatives d'auto régulation, le tout concourant, bon gré mal gré, à de meilleures pratiques par les entreprises et les acteurs du Web. Tant pour des raisons d'image que d'efficacité globale, **autant anticiper le mouvement que le subir non ?**

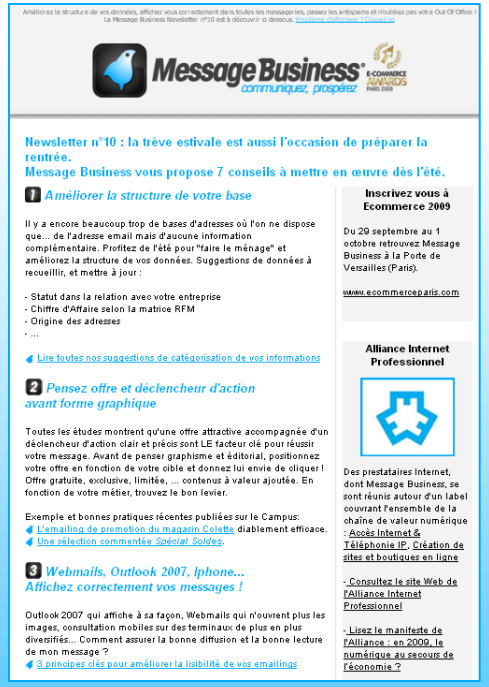
...Plus que jamais ÉCONOMIQUE et PROFITABLE !

- Eh oui ! Que ce soit pour motiver le 2 eme achat pour un ecommerçant, informer ses administrés pour une collectivité ou entreprendre une démarche de prospection, l'Email sera le canal idéal tant en terme de coût, de retour sur investissement et de connaissance fine de ses cibles....

Mais là bien sur on nous dira que l'on est juge et partie ! Pffff !

Plus d'infos ?





Message Business Campus
Blog des Bonnes Pratiques Emailing & Emarketing (plus de 400 billets publiés en 3 ans) et organisations d'événements

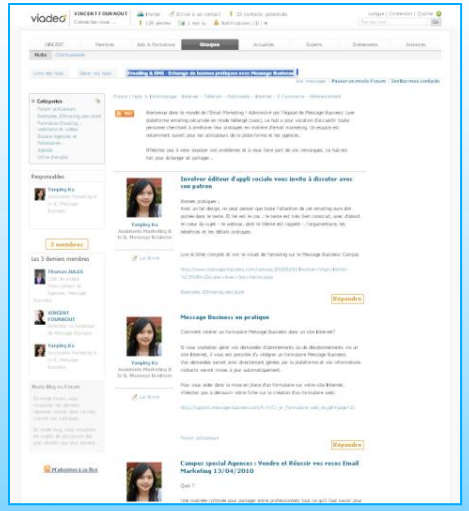
www.message-business.com/campus/

Sur le Front
Webinaires périodiques approfondissant une thématique

www.message-business.com/surlefront/

Newsletter
Envoyée aux clients, utilisateurs, partenaires et prospects Message Business

Plus d'infos ?



Hub Viadeo
Emailing & SMS - Echange de bonnes pratiques avec Message Business

http://www.viadeo.com/hu03/00228xvn0gs7ydtb/emailing-sms-echange-de-bonnes-pratiques-avec-message-business

@messagebusiness
L'actualité Message Business et Email Marketing en temps réel

http://twitter.com/messagebusiness

Emailing Radar
Veille automatisée sur 50 sources d'info francophones

http://www.message-business.com/emailing-radar.aspx

Et après ?

Pendant 2mois

Évaluez le logiciel emailing Message Business sans engagement !

Créez votre compte gratuit et profiter immédiatement de notre offre emailing de découverte :

- 500 envois d'emails
- 10 envois de SMS
- 1 formulaire web
- 1 flux web

- Les outils d'importation de vos contacts
- Le moteur de segmentation de votre base
- Des modèles d'emails
- Un éditeur HTML de messages
- Les rapports statistiques après envoi
- La gestion de vos retours d'envoi
- Le support par mail et sur le web

*ex: adresses défectueuses, désabonnements...

N°Azur 0 811 90 11 33

PRIX APPEL LOCAL

Contactez-nous pour en savoir plus sur nos offres.

En souscrivant gratuitement à cette offre de découverte sans engagement, vous pourrez à tout moment créditer votre compte d'options supplémentaires.

Inscrivez-vous maintenant

Merci !

- 11 tendances Email Marketing pour 2011
- **A propos de Message Business**

Message Business en bref : 4 offres au service de votre Emarketing

Le 1 er logiciel hébergé 100% Libre Service

- Emailing
- SMS
- RSS
- Formulaires
- Enquêtes en ligne
- Statistiques
- 100% sécurisé
- Sans abonnement
- Sans frais fixe

Message Business Emailing Server

- Serveur SMTP spécialisé
- Délivrabilité surveillée
- Capacité mutualisée
- IP dédiée

http://www.emailing-server.com/

Gestion de campagnes et accompagnement

Message Business Partenaires

Message Business en bref : un tiers de confiance multi récompensé…

- **Ecommerce Award 2008**
- **Programme IDEES Microsoft**
- **Coup de cœur des cubes Salon VAD 2007**
- **Lauréate 2007 de PARIS ENTREPRENDRE**
- **Tiers de confiance SNCD**

… Plébiscité par plus de 13000 entreprises utilisatrices

B to C
(cibles grand public)

Castorama
Caviar Petrossian
MAAF
Relais Bernard Loiseau
Wall Street Institute
…

B to B
(cibles entreprises)

American Express
Central Telecom
Geodis Calberson
Reed
Vinexpo
…

Non Marchands

Ministère du budget
Conseil Général de la Sarthe
Plan France
Mécénat Cardiaque
Ordre Experts-Comptables
Tout le Monde Chante
…

Satisfaites !

Enquête menée en décembre 2010 sur 13205 utilisateurs

Message Business …	TOTAL D'ACCORD
… est facile à utiliser	80,1%
… m'accompagne si j'en ai besoin	89,9%
… est fiable techniquement	81,2%
… assure une bonne qualité de routage et de délivrabilité	84,1%
… fournit des bonnes statistiques	81,4%
… représente un bon rapport qualité-prix	85,2%

Principes de tarification en libre service

- **Des packs au volume correspondant à un crédit d'opérations à utiliser sous 12 mois et un support par mail.**

EMAILING 1 000	**39.00 €**
EMAILING 5 000	**139.00 €**
EMAILING 10 000	**199.00 €**
EMAILING 50 000	**499.00 €**
EMAILING 100 000	**599.00 €**
EMAILING 500 000	**899.00 €**
EMAILING 1 000 000	**1499.00 €**
SMS 100	**14.90 €**
SMS 500	**69.00 €**
SMS 1 000	**129.00 €**
SMS 5 000	**549.00 €**
SMS 10 000	**999.00 €**
ENQUÊTE *	**139.00 €**

Chaque Pack Libre Service comprend

- Un crédit d'envoi et l'accès au logiciel valable 12 mois
- Outils d'importation et d'exportation de vos contacts
- Moteur de segmentation de votre base
- Modèles d'emailing et de newsletter
- Éditeur HTML et visuel de messages
- Rapports statistiques après envoi
- Gestion de vos adresses défectueuses et désabonnement
- Centre support à votre disposition
- Services inclus de logiciel de présences Web (Blog, Flux RSS)
- 1 ou plusieurs formulaires Web en fonction des volumes

Offre Découverte à 0€
Profitez de 50 € d'opérations offerts pour démarrer votre E-marketing
500 Emailing, 10 SMS, 1 Blog, 1 Flux et 1 Formulaire Web **Cliquez ici**

*** L'accès au logiciel Enquête est offert à partir du pack Emailing 5000 et SMS 1000**

Pas de frais d'ouverture de compte, pas d'abonnement mensuel…
C'est simple : vous ne payez que votre consommation.

Plate-forme technique et délivrabilité

- **Une ferme de serveurs dédiée et sécurisée :**
  - **Hébergement haut de gamme (Bull)**
  - **GTR de 1H.**
  - **Supervision 24h/24 et 7j/7.**
  - **Machines de secours, serveurs redondants**
  - **Encryptage des données en 128 Bits**
  - **Audit de sécurité pluri quotidien**

L'accompagnement Message Business:

- ***Conseils sur les réglementations***
- ***Bonnes pratiques***

- **Une délivrabilité maximale et suivie :**
  - **Déclaration SPF / Sender ID**
    Authentification de l'expéditeur via son domaine.
  - **Certification Domain Keys**
    Premier routeur français à offrir la certification Domain Keys
  - **Suivi des blacks Lists**
    Vérification automatisée que l'émetteur n'a pas été black listé
  - **Traitement et analyse des mails de retour**
    - Hard : purge de la base
    - Soft : algorithme de retentative
  - **Boucle de rétroaction Webmail**
    - des liens étroits avec les principaux acteurs du marché
    - surveillance FAI par FAI
    - Opt out intégré aux messages
  - **250 millions d'email délivrées en 2009**
  - **Pour les SMS : fiabilité et voie de retour**
    - plate-forme directement raccordée aux opérateurs mobiles
    - Voie de retour pour les réponses et les statistiques
    - France et international