



Les 5 conseils pour réussir vos campagnes emailing pendant les Soldes



1. l'objet et le destinataire

Ces deux éléments sont les plus importants, ils amènent le destinataire à ouvrir l'email ou non. L'objet doit inciter et amener la curiosité du destinataire. Leurs choix sont importants et stratégiques.

Pour le destinataire, utilisez le nom de l'entreprise ou celui d'un collaborateur.

Pour l'objet, employez le mot « Soldes » pour indiquer que votre email concerne bien cette période et que le destinataire aura des informations sur vos promotions pendant cette période.



2. le contenu



Votre campagne doit contenir des visuels pour mettre en avant les produits en promotion.

Attention au tout-image, il est déconseillé d'insérer seulement des images pour la délivrabilité de votre email. Nous vous conseillons de garder un ratio de 60% de visuels et 40% de textes.

Les images sont très importantes, ce sont elles qui donnent envie et attirent l'œil du destinataire, utilisez donc de beaux visuels !

Les informations à mettre en avant durant les soldes sont :

- > Les dates d'ouverture et de fin des soldes
- > Les promotions proposées durant cette période
- > Les horaires du magasin si vous en possédez un et son adresse

3. la hiérarchisation

Il est indispensable de hiérarchiser les informations de votre campagne. Ainsi, le destinataire sera où trouver les informations plus importantes. Tout mettre en avant cacherait l'ensemble des éléments et le destinataire ne saura plus où regarder.



4. la personnalisation



En proposant des produits sur votre campagne, le destinataire saura à quoi s'attendre une fois sur votre site. Si vous pouvez en plus personnaliser les produits selon ses goûts, c'est encore mieux ! N'oubliez pas d'intégrer le prix d'origine et le prix soldé.

5. la page d'atterrissage

Vous devez amener le destinataire sur une page listant les produits soldés et non sur votre page d'accueil du site Internet. Il est indispensable de diminuer le nombre de clics avant l'achat.



Vous voulez des exemples ?

Retrouvez-en dans notre article dédié aux soldes sur notre blog :
<http://blog.sarbacane.com>



Des conseils pour réussir ses emailing au moment des soldes

La solution Sarbacane édite une infographie « Les 5 conseils pour réussir vos campagnes emails pendant les soldes ».

Ces 5 conseils sont :

- L'objet et l'expéditeur sont importants et stratégiques. Ils conseillent d'utiliser le mot Soldes dans l'objet (spamtrap?).
- Le contenu doit mentionner les dates d'ouvertures et de fermetures des soldes, les promotions proposées durant cette période, les adresses et horaires des magasins.
- Bien hiérarchisé les informations.
- Personnaliser le contenu en fonction des goûts du destinataire.
- La landing page doit être différente du site général



Les 5 conseils pour réussir vos campagnes emailing pendant les Soldes



1. l'objet et l'expéditeur

Ces deux éléments sont les plus importants, ils amènent le destinataire à ouvrir l'email ou non. L'objet doit inciter et amener la curiosité du destinataire. Leurs choix sont importants et stratégiques.

Pour l'expéditeur, utilisez le nom de l'entreprise ou celui d'un collaborateur.

Pour l'objet, employez le mot « Soldes » pour indiquer que votre email concerne bien cette période et que le destinataire aura des informations sur vos promotions pendant cette période.



2. le contenu



Votre campagne doit contenir des visuels pour mettre en avant les produits en promotion.

Attention au tout-image, il est déconseillé d'insérer seulement des images pour la délivrabilité de votre email. Nous vous conseillons de garder un ratio de 60% de visuels et 40% de textes.

Les images sont très importantes, ce sont elles qui donnent envie et attirent l'œil du destinataire, utilisez donc de beaux visuels !

Les informations à mettre en avant durant les soldes sont :

- > Les dates d'ouverture et de fin des soldes
- > Les promotions proposées durant cette période
- > Les horaires du magasin si vous en possédez un et son adresse

3. la hiérarchisation

Il est indispensable de hiérarchiser les informations de votre campagne. Ainsi, le destinataire saura où trouver les informations plus importantes. Tout mettre en avant cacherait l'ensemble des éléments et le destinataire ne saura plus où regarder.



4. la personnalisation



En proposant des produits sur votre campagne, le destinataire saura à quoi s'attendre une fois sur votre site. Si vous pouvez en plus personnaliser les produits selon ses goûts, c'est encore mieux ! N'oubliez pas d'intégrer le prix d'origine et le prix soldé.

5. la page d'atterrissage

Vous devez amener le destinataire sur une page listant les produits soldés et non sur votre page d'accueil du site Internet. Il est indispensable de diminuer le nombre de clics avant l'achat.



Vous voulez des exemples ?

Retrouvez-en dans notre article dédié aux soldes sur notre blog :

<http://blog.sarbacane.com>



emailing

*