



# Email Noreply : à ne pas utiliser en emailing

## Email Noreply

Il arrive encore fréquemment de recevoir des newsletters avec comme identifiant d'envoi une adresse mail de type noreply@nomdedomaone.com.

Les émetteurs, qui utilisent ce procédé, pensent alors éviter à devoir gérer les mails automatiques, de notifications d'absences ou de changement.

Mais l'adresse email d'expédition d'une campagne emailing joue un rôle important dans le succès de nos campagnes.

**Il ne faut surtout pas utiliser une adresse email noreply.**

Et ceci pour 3 raisons principales.

## Email d'envoi : un identifiant de la validité de l'émetteur

Très simplement, l'email d'envoi utilisé lors d'une opération est vérifié par par les différents intervenants lors du voyage

de l'email (fournisseur d'accès, MTA, logiciels anti spam ...). Ces contrôles déterminent l'existence ou non de l'adresse email.

Il est donc obligatoire que l'adresse utilisée fonctionne.

Il est vrai que nous avons la possibilité technique de différencier l'email émetteur de l'email de réponse, mais tout email présent dans le contenu de notre message est analysé.

## **L'analyse de la réactivité par Yahoo, Gmail**

Les fournisseurs d'adresses emails (comme Yahoo, Gmail, Outlook.com ...) sont capables d'analyser notre réactivité lors la réception d'une campagne email.

Si nous n'ouvrons pas un mail reçu, si nous ne téléchargeons pas les images, si nous ne répondons pas, alors les campagnes futurs du même émetteur pourront être mis à l'écart dans le dossier spam.

Donc si, dès le début, nous interdisons à nos contacts de nous répondre par l'utilisation d'une adresse email noreply, nos emails seront plus facilement reconnus comme spam.

## **Un email est un échange**

Envoyer un email engendre le fait que nos contacts puissent y répondre.

C'est un principe basique.

Un email est un échange. Je reçois, j'envoie, je répond, je transfère sont les principes de l'email. Si nous ne donnons pas la possibilité à nos interlocuteurs d'utiliser une de ces fonctions, cela ne donne pas une bonne perception de notre communication.

Se priver de l'échange revient à refuser les conseils et critiques des clients et/ou utilisateurs.

## Conclusion

Pour nos campagnes emailing, nous éviterons d'utiliser une adresse email que nous utilisons au quotidien.

Nous créerons une adresse email dédié aux opérations d'emailing (par exemple newsletter@monnomdedomaine.com) et nous nous donnerons la possibilité de checker cet email.

Nous communiquerons cette adresse email dès l'inscription à notre programme de newsletters. Lorsque nous proposons via un formulaire aux internautes de s'abonner à nos news, nous leurs donnons à ce moment là, l'adresse email d'envoi afin d'inciter les nouveaux abonnés à l'enregistrer dans leurs carnets d'adresses, et faciliter alors la bonne réception de nos messages.

Ceci est un conseil très simple à mettre en place afin d'améliorer sa délivrabilité : **ne pas utiliser d'adresse email noreply.**

D'autres conseils dans [le livre dédié à l'emailing](#).