



# Images et emailing

## Images et Emailing

Un message envoyé en emailing est composé au format HTML et peut donc être illustrer avec des images.

Mais comment devons-nous gérer ces visuels tout en préservant les 3 missions de nos messages :

- **Passer à travers les différents filtres anti-spam**
- **Etre lus correctement par tous les supports de lecture (smartphone compris)**
- **Susciter l'intérêt et l'action donc le clic**

Images et emailing, 5 règles :

- Les images doivent être appelées et non envoyées
- Un message composé uniquement d'images est interdit. Un rapport 50/50 image texte est conseillé.
- Les images doivent être positionnées à certains emplacements du message.
- Les images doivent avoir un format particuliers.
- Des informations techniques particulières doivent être présentes.

## **1/ Les images doivent être appelées et non envoyées**

L'envoi des images en même temps que le message est risqué. Certaines solutions d' emailing le permettent mais cela entraîne des complications dans la bonne délivrabilité (fichiers joints, poids du message ...)

Il est donc nécessaire d'héberger les images sur un serveur web, de préférence sur le même que celui qui envoie.

Mais nous savons que la grande majorité des logiciels de messageries bloquent les images à la réception.

En réception, dans près de 80% des cas, les images ne s'affichent pas systématiquement.

## **2/ Un message composé uniquement d'images est interdit. Un rapport 50/50 image texte est conseillé.**

Si aucune information ne s'affiche, notre destinataire supprimera le message sans prendre connaissance du contenu.

Un message composé uniquement d'images aura un code très simple et de fait attirera l'attention des filtres anti spam.

Un message avec du texte aura une meilleure note.

## **3/Les images doivent être positionnées à certains emplacements du message.**

Encore une fois si les premières informations lisibles sont des croix rouges, notre propos aura peu d'impact. Le 1er tiers du message devra donc privilégier le texte.

## **4 / Les images doivent avoir un format particuliers**

Nous pouvons déjà éliminer les Bmp et Tiff.

Le gif permet de générer des petites animations, et donc de rendre attractif notre visuel mais certains logiciels de messageries, comme Outlook, ne jouent pas l'animation et nous avons alors une image statique qui est la première de notre montage.

Le png supporte la transparence et peut par exemple, nous permettre de jouer avec notre couleur de fond. Mais certains logiciels de messagerie comme Lotus note, ne les affichent

pas.

Il reste donc le jpg, qui est lu par tout le monde, qui a un poids que l'on peut gérer (au dépend de la qualité).

## **5/ Des informations techniques particulières doivent être présentes.**

– Les balises Alt

Malgré l'absence des photos à la réception, un texte peut apparaître, il se substitue aux images, cela correspond au texte descriptif des images. C'est indispensable de les renseigner.

Il suffit juste dans le code html de renseigner les balises Alt.

Cette information joue également sur la délivrabilité. Un message ayant des balises alt renseignées sera considéré comme travaillé et sera plus apprécié par les logiciels anti-spam.

– Les balises display blocks

Gmail et outlook ont la particularité de rajouter autour des images une ligne blanche, qui de fait découpe notre montage photo et ne donne pas le rendu souhaité.

La parade est de rajouter une commande au niveau des appels d'images : style = « display : block »

– Mentionner les tailles

Les tailles sont dépendantes du découpage que nous aurons effectué pour structurer notre message et respecter la maquette finale. Il est important de bien signifier ces dimensions au niveau du code. Le Height et le width seront renseignés et à la taille réelle des images travaillées. Il est préférable de ne pas redimensionner au niveau de la codification une image.

– Les poids

Une image même si elle n'est pas envoyée avec le message, doit avoir un poids léger.

Le poids total de notre message, images incluses ne devra pas dépasser les 200ko. Si nous nous obligeons à émettre une grande image, il sera préférable de la diviser en plusieurs petites. Il est plus facile d'afficher 5 images de 20 ko,

qu'une seule de 100ko.

Pour en savoir plus sur les Images et emailing, le livre [Emailing Fidélisation Acquisition : réussir ses campagnes marketing](#)

ou bien suivre une de nos [formations emailing](#)