

BIEN GÉRER LES NOUVEAUX ABONNÉS À SA NEWSLETTER VIA SON SITE, SON BLOG ...



Comment bien gérer les nouveaux abonnés à sa newsletter via son site

Avoir de nouveaux abonnés à sa newsletter est forcément une pratique qu'il faut mettre en place et optimiser.

Il existe différentes techniques pour collecter de nouvelles adresses emails (jeux concours, téléchargement livres blancs, etc.), mais la plus performante reste le formulaire en ligne sur son propre support web, site et/ou blog.

Mais bien entendu, afin de récupérer des emails, il est bon de maîtriser les bonnes pratiques.

Avoir un formulaire d'abonnement sur votre site

Le premier support de votre communication web est votre site Internet. Sur celui-ci, vous devez proposer simplement aux lecteurs de s'abonner à votre newsletter. Vous devez proposer

ces incitatifs à différents endroits du site. Le mieux est déjà de le proposer dans le header et dans le footer.

Si vous avez des slides, faites en une totalement dédiée à la newsletter.

Si vous avez une barre latérale avec des widgets, proposez en un avec le formulaire d'abonnement.

Bien utiliser les pop-up

Les pops up avaient un temps disparu de la toile à cause des bloqueurs de pop-up, ils reviennent à la mode, à condition de bien les paramétrer et qu'ils ne soient pas trop intrusif, par exemple limiter le nombre d'affichage en fonction des adresses IP. Un autre principe est de le faire apparaître au bout de quelques secondes de présence sur le site.

Le placement du pop-up est également primordial. S'il apparaît et prend la place du texte que le lecteur est en train de lire, cela ne fonctionnera pas, le lecteur sera incommodé. Par contre s'il vient en complément du texte lu, il pourra impacter.

En résumé, faire apparaître avec un effet visuel, le pop-up au bout de 7 secondes en bas à droite de la page lue.

Proposer de visionner des exemples de newsletters déjà envoyées

Les internautes s'abonnent aux newsletters si ces dernières apportent un contenu, une information pertinente et utile. Pour que le futur abonné soit persuadé que notre newsletter réponde positivement à ces principes, donnez à lire les derniers numéros envoyés.

En lisant des anciens numéros, la personne sera persuadée qu'elle fait bien de s'abonner pour recevoir les prochains numéros.

Donc, le formulaire de collecte de nouveaux abonnés à sa

newsletter, proposera un lien vers une bibliothèque de newsletters.

Quelles informations demandées aux nouveaux abonnés à sa newsletter ?

Une règle simple, plus nous demanderons des renseignements, plus les internautes seront réticents à nous les donner et donc à s'abonner.

Il faut dans cette phase se limiter à demander juste son adresse email.

Par contre, bien connaître ses abonnés est essentiel pour personnaliser le contenu de nos newsletters. Cette connaissance pourra se faire au fur et à mesure de nos envois, en fonction de la réactivité des abonnés.

Et une fois nos contacts bien fidélisés, bien habitués à recevoir nos newsletters, nous pouvons proposer un questionnaire de satisfaction sur nos emailings, accompagné d'un petit questionnaire qui nous permettra de mieux connaître les abonnés à sa newsletter.

Gérer le double optin afin d'être sûr de la qualité des emails des nouveaux abonnés à sa newsletter

Lorsque nous proposons un formulaire d'abonnement à notre newsletter, il est nécessaire d'être sûr de la qualité des adresses emails saisies.

Il faut être sûr que c'est bien le propriétaire de l'adresse email saisie qui demande à être abonné, et il faut être sûr que l'adresse saisie fonctionne bien, qu'il n'y a pas eu d'erreur de saisie.

Pour cela, il faut mettre en place un système qui envoie une demande de confirmation par email.

C'est ce qu'on appelle le double optin.

Le futur abonné saisit son email – il le valide – il reçoit un email de notre part qui lui demande de confirmer son abonnement en cliquant sur un lien – une fois cliqué l'abonnement est effectif.

Quitte à relancer ultérieurement les personnes n'ayant pas confirmé en cliquant sur le lien proposé.

Mettre en place le principe du Meca

Lors de ce processus, il est bon également de mettre en place la pratique du Meca, acronyme de « Mise en carnet d'adresse », Inciter nos abonnés à enregistrer dans leurs carnets d'adresses, l'email que nous allons utiliser pour envoyer notre newsletter facilitera la bonne distribution de celle-ci. Et cela est encore plus performant si nous insistons bien au moment de l'abonnement.

Pour le double optin, lorsque nous envoyons notre email de demande confirmation, il est alors bon de sensibiliser ce nouvel abonné au fait de rajouter dans son carnet d'adresse associé à son logiciel de messagerie, notre adresse mail.

Nous pouvons par exemple dire : Pour être sûr de recevoir correctement les prochains numéros de notre newsletter, nous vous invitons à enregistrer l'adresse email suivante newlsetter@monsite.com ans de votre carnet d'adresse. Vous recevrez alors correctement tous nos numéros et cela évitera de la retrouver filtrée dans vos courriers indésirables.

(nous avons présenté en détail sur ce site le principe du Méca : [Utiliser le MECA pour optimiser la délivrabilité de sa newsletter](#))

Vous pouvez également [vous abonner à la newsletter de notre structure.](#)

BIEN GÉRER LES NOUVEAUX ABONNÉS À SA NEWSLETTER VIA SON SITE, SON BLOG ...



Proposer sur son site internet et/ou blog, un formulaire d'abonnement à sa newsletter est essentiel à condition de mettre en place les bonnes pratiques

AVOIR UN FORMULAIRE D'ABONNEMENT SUR VOTRE SITE

Proposer des incitatifs à différents endroits du site :

- Header
- Footer
- Slide
- Barre latérale
- Pop up



BIEN UTILISER LES POP-UP

Faire apparaître avec un effet visuel, le pop-up au bout de 7 secondes en bas à droite de la page lue mais surtout pas en remplacement du texte lu par l'internaute.

PROPOSER DES EXEMPLES DE NEWSLETTERS DÉJÀ ENVOYÉES

En lisant des anciens numéros, la personne sera persuadée qu'elle fait bien de s'abonner pour recevoir les prochains numéros.



QUELLES INFORMATIONS DEMANDÉES ?

Plus nous demanderons des renseignements, plus les internautes seront réticents à nous les donner et donc à s'abonner. Il faut dans cette phase se limiter à demander juste l'adresse email.

GÉRER LE DOUBLE OPTIN

Il est nécessaire d'être sûr de la qualité des adresses emails saisies. Il faut donc mettre en place un système automatisé, qui envoie une demande de confirmation par email



GÉRER LE MECA

Inciter nos abonnés à enregistrer dans leurs carnets d'adresses, l'email que nous allons utiliser pour envoyer notre newsletter facilitera la bonne distribution de celle-ci

FORMATION EN EMAILING