



MeetUP Wordpress

📄 Catégorie	Atelier
📅 Quand ?	@April 6, 2023
📄 Statut	fini
# Objectif	
# Progression actuelle	
Σ Progression	
📅 Date de publication	
👥 Property 1	
📄 Type de contenu	Workbook

Helloooo 🙌



Ce dont je vais parler :

1. C'est quoi une newsletter ?

2. L'objectif principal de la newsletter

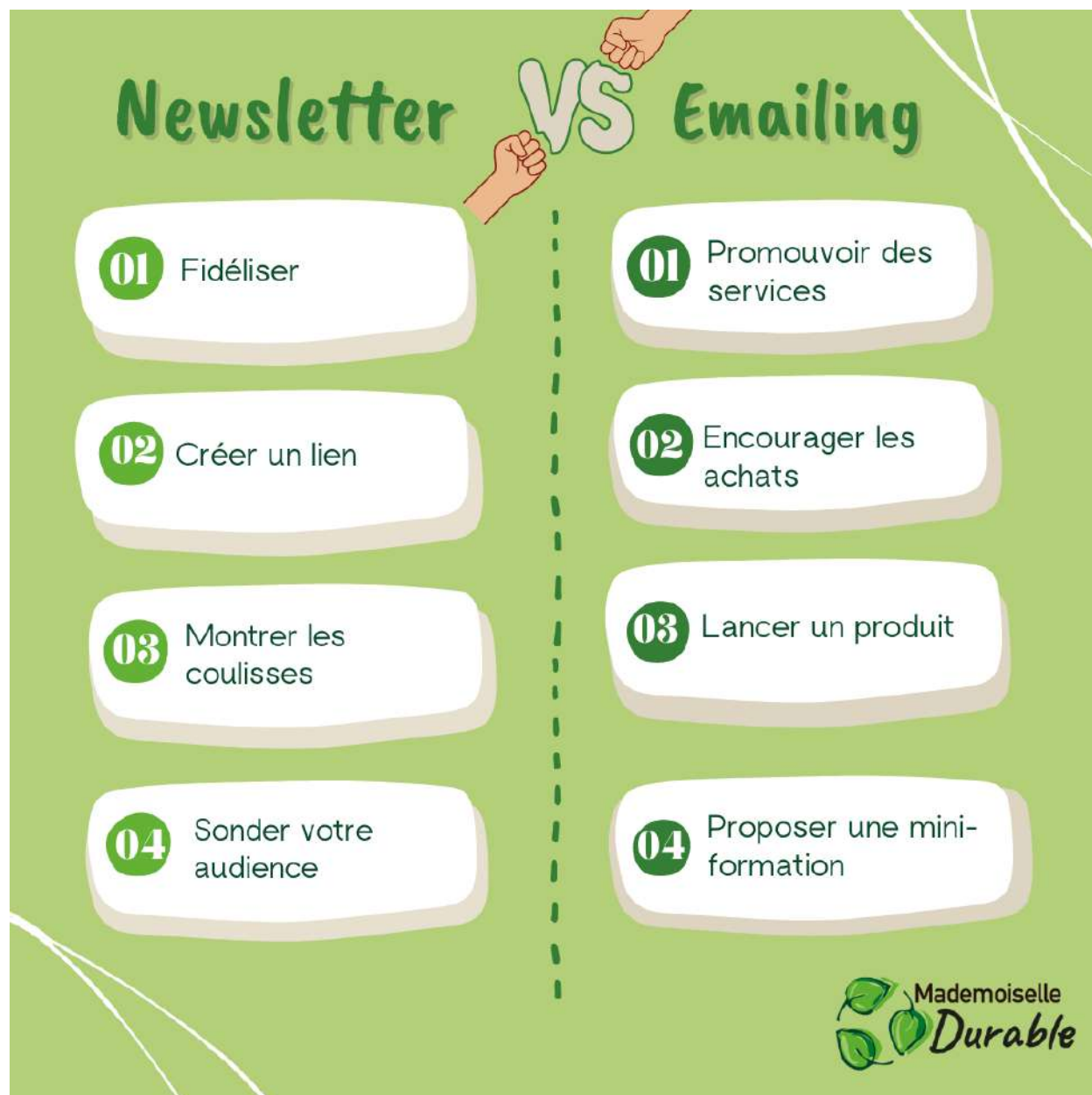
3. Les zones à soigner

4. Comment pimper vos news avec la rédaction persuasive ?

5. Les différents styles de newsletter + études de cas

1. C'est quoi une newsletter ?

Newsletter vs Emailing



Une conversation



Vous devez avoir le consentement de votre liste d'abonné-es

Pour cela je vous encourage à utiliser **le double opt-in**. Cette pratique renforce le recueil du consentement en utilisant une case à cocher dans un premier temps. Puis, vous demandez ensuite au destinataire à cliquer sur un lien contenu dans un email à son adresse afin de confirmer son adresse électronique dans un deuxième temps.

88% des français sont abonnés à au moins une newsletter ?

4 personnes sur 10 réalisent un achat suite à la réception d'un mail.

- Un canal de comm hyper puissant.
- Y'a pas d'algorithmes ici !
- C'est un format de proximité
- Un super support pour créer une communauté forte et travailler la relation client.

Besoin de preuve ?

👉 70 % des abonnés à une newsletter affirment avoir déjà acheté un produit ou un service suite à la réception d'un email.

👉 Les inscriptions aux newsletters ont connu une croissance de 34,9% pour depuis mars 2020.

👉 49 % des professionnels achètent un service après avoir reçu un e-mail.

👉 Le taux de clic est 5x plus élevé pour les emails que pour les réseaux sociaux.

Sources : Mediamétrie, Arobase, Sendinblue 2021

2. L'objectif principal de la newsletter

Pourquoi voulez-vous lancer une newsletter ?

- Construire une vraie relation avec votre audience
- Mettre en avant votre expertise
- Générer du trafic vers votre site
- Trouver de nouveaux clients

Nous sommes des êtres sociables, et nous aimons parler aux gens qui nous ressemblent.

3. Les zones à soigner

- Les basiques

L'objet de mail

L'**objet de mail** favorise à hauteur de 80% l'**ouverture d'un email** (étude EMA – 2017)

Alors appliquez-vous !

Son rôle : piquer la curiosité, et donner envie à vos lectrices et lecteurs d'ouvrir votre email.



Plus l'objet est court, plus il retient l'attention, plus il est percutant. Je vous recommande de vous fixer comme limite **50 caractères** pour vos objets.



Les différentes boîtes mails n'affichent qu'un certain nombre de caractères.

5 astuces :

1. Chaque mot compte
2. Insérer le prénom dans l'objet de mail

Un objet de mail personnalisé génère un taux d'ouverture plus élevé de 50%.

1. Susciter la curiosité
2. Ajouter un emoji
3. Raconter une histoire

 | **Trainline**

15:51

En mai, faites ce qu'il vous plaît !


Plutôt tapis rouge, nuit au musée ou terre

 | **Gazette Lamazuna**

27/07/2021

Voyager zéro déchet, c'est possible !...

Dernière surprise dans votre colis ! 

 | **L'équipe de Vendredi**

10:19

Faisons baisser la température 

C'est le retour de notre challenge empreinte

📍 | **Tatiana St-Louis**

14 Jul

🗑️ Est-ce que tu viens, nathalie? 📱

🗑️ L'atelier live c'est demain et j'ai pas reçu ta

📍 | **Lucie Rondelet**

12/12/2019

😱 ... Tu y crois, toi ?

Non, je ne tourne pas à la cocaïne 🤢 ! Je suis juste

📍 | **ID, l'Info Durable**

3 Apr

Zéro Déchet : Les 6 indispensables po...

Idées Pratiques, c'est LE guide pratique qui

L'accroche

- Une question
- Un chiffre
- Une anecdote

Une approche humaine

Jouer avec l'émotion

Résonner

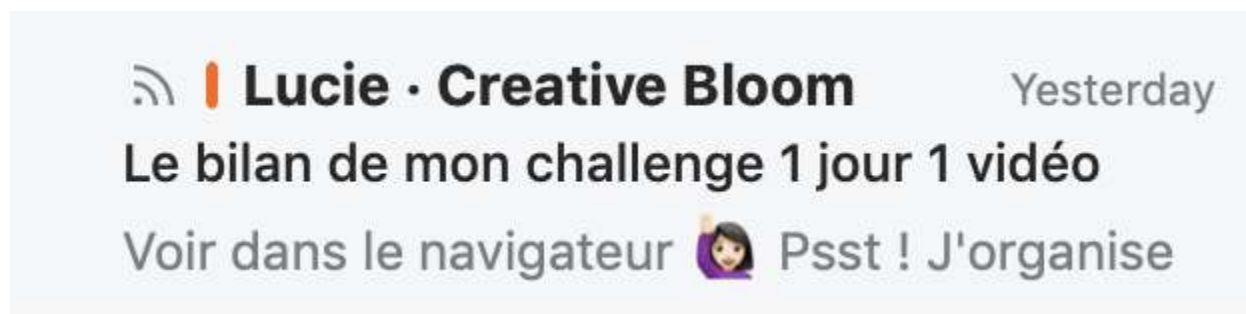
Les appels à l'action CTA

- Optimisez-les. 📌. [The Goodgoods](#)
- Annoncez la valeur ajoutée

- Les petits plus

Le pre-header

C'est le texte qui s'affiche à la suite de l'objet de l'email dans la file d'attente des emails en boîte de réception. Du coup, il sert de texte complémentaire pour favoriser l'ouverture du courriel.



Le P.S.

Ce petit clin d'œil ajoute une petite touche personnelle à votre newsletter

Ce petit élément attire l'attention même s'il est tout en bas.

P.S. Mon livre est parti chez l'imprimeur alors je prends ça chill cette semaine. ❤️

P.P.S. Crapule est capable de s'asseoir sur demande maintenant! Le dressage se passe bien. J'ai fait une petite story sur Instagram si tu veux voir ça (@alexemartel).

P.P.P.S. Un petit oiseau me dit que tu vas pouvoir commander mon livre à la fête du travail. 🙌❤️

P. S. Si tu fais partie de ceux qui ont acheté la formation *Développer son entreprise sans les réseaux sociaux*, j'espère qu'elle te plaît !

Si tu n'en fais pas partie, sache que tu peux encore t'inscrire.

👉 [Clique ici pour découvrir le programme.](#)

Et si tu passes par [mon lien affilié](#), tu me donnes une commission. Merci pour ton soutien 😊

PS : que pensez-vous de ce format ? [33 secondes pour me partager votre avis](#)

P-S N'hésite jamais à réagir à l'infolettre, j'adore enrichir le contenu avec vos interventions ! Rien n'est partagé sans ton consentement.

Le footer

Oui oui la zone tout en bas 🙌

Ne le baclez pas !

Germinal

To make sure you keep getting these emails, please add camille.biscay@germinal.io to your address book or allow list. Want out of the loop? [Unsubscribe](#).

Our postal address: 34 rue des Bourdonnais, Paris, Paris 75001

Coralie du citron rose

 Tu as une question ?

N'hésite pas à répondre directement à ce mail pour me partager tes fails :p

Très belle journée à toi et à mardi prochain !

Coralie

[Unsubscribe](#) | [Update your profile](#) | La limoneraie, Paris, 75020

Hanna Grochocinska

Propulsé avec joie (et parfois avec des larmes) par Hanna.

Tu reçois ce mail car : 1) tu m'aimes bien ; 2) tu t'es inscrit(e) de ton plein gré.

Quelqu'un t'a transmis ce mail ? [Abonne-toi ici](#).

 *Tu aimes ? [Partage La Baffouille à un ami](#)*

Hey, tu sais quoi ? Il n'est pas interdit de répondre à une newsletter ;) Ecris-moi !

Tu l'as fait à l'insu de ton plein gré ? |

[Tu peux te désinscrire ici](#)

BUILT WITH 

Le drive tout nu



À bientôt !

Salomé, Co-fondatrice du Drive tout nu



1 email stocké pendant un an génère 10g de CO2 :
supprimez-moi après lecture !

Vous recevez cet email parce que vous avez
accepté de recevoir nos newsletters.

**Pour vous abonner à la Newsletter toute nue,
c'est par ici !**

[Se désabonner](#)

4. Comment pimper vos news avec la rédaction persuasive ?

C'est quoi l'écriture persuasive ?

C'est écrire pour vendre mais c'est surtout une manière subtile pour engager la conversation avec votre audience. Vous cherchez à la persuader de passer à l'action en choisissant le ton adapté, les bons arguments et la voix de l'ADN de votre marque.

Placer l'humain au centre de votre newsletter et lui offrir une expérience

Quand vous écrivez pensez à votre fan numéro 1. (Ex: Stephen King)

Vous écrivez pour des individus qui composent votre audience.

- Mettre votre audience au coeur de l'action
- Raconter une histoire
- Utiliser des analogies
- Partir d'un canevas d'écriture comme PAS

Problème : vous identifiez le problème

Agitation : vous remettez une couche sur le problème

Solution : vous proposez une solution

- Rédige des contenus avec des émotions

Les émotions guident nos choix et elles aident à faire résonner vos contenus.

Par exemple l'empathie génère une prise de conscience et donne envie à votre audience de vous contacter.

5. Les différents styles de newsletter et études de cas

- La Minimaliste : uniquement du texte
- La news e-commerce avec des rubriques
- La news ressources

Des exemples créatifs

Sortez les boussoles ! 🧭

Vous avez sûrement déjà fait un petit tour sur notre nouveau site. Si ce n'est pas le cas, on ne vous en veut pas, il n'est pas trop tard !

En plus, on a de bonnes raisons de vous inciter à y aller 😊 Pour

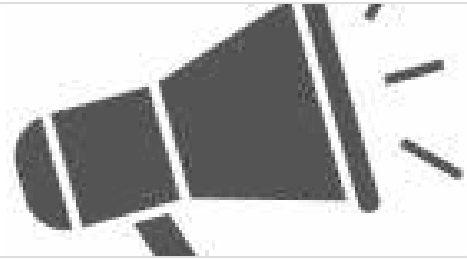
👉 <https://mailchi.mp/lucilewoodward/sortez-les-boussoles?e=6e90f8f3ad>



Quels fromages à quelle saison 🧀🧀

Le printemps c'est LA saison des fromages frais qui demandent peu ou pas d'affinage ! Le lait des vaches, chèvres et brebis est riche, plein de caractère et de saveurs. Jérémy, de La fromagerie du

https://preview.mailerlite.com/a5n7r0/1683118739807016677/z6h3/?ml_subscriber=1683118739807016677&ml_subscriber_hash=z6h3



Déterminer la structure de ta newsletter

- Utiliser des sections pour mettre en avant tes différents contenus publiés sur réseaux sociaux, blog ou podcast
- Choisir le format journal et raconter par exemple les coulisses de ton entreprise

Les mots à bannir

Vente	Vie privée	Devenir riche	Services bancaires	Marketing	Pharmaceutique
Cadeau	Aidez	Argent	Cash	Chiffre d'affaires	Anxiété
Offre spéciale	Célibataire	Doublez	Chèque	Essai gratuit	Calvitie
Promotion	Désespéré	Félicitations	Débit	Facile	Erection
Remboursé	Homme/femme sexy	Gagnant	Mastercard	Gratuitement	Mincir
Sans frais	Rencontre	Opportunité	Paypal	Inscrivez-vous	Poids
Vu à la télé	Urgent	Profit	Visa	Solutions marketing	Rides
...

Source Mailjet

Quelques bonnes pratiques :

- Baptiser sa newsletter
- Faciliter le désabonnement
- Offrir toujours une porte de sortie à son audience pendant le lancement d'un produit
- Faire des emails test
- Offrir un lecture agréable (espacement, emoji, taille de la police)

- Accueillir ses abonnés avec une séquence de bienvenue
- Utiliser une signature humaine avec un prénom

À vous de jouer ! 🎮

Venir causer avec moi de votre newsletter ↩

Vous pouvez **m'écrire un email** à nathalie@mademoiselledurable.fr

 **Instagram** > [@mademoiselle_durable](#)

Site web > <https://www.mademoiselledurable.fr/>