

Internet : 5 idées pour traverser la crise grâce à l'Emailing

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 8/2/2012 15:00:00

En 2012, **l'emailing sera le média roi en fidélisation** et gestion de la relation prospects. Economique, facile à mettre en oeuvre et puissant. **5 suggestions / conseils pour en tirer pleinement profit** en faisant des économies tant en ressources humaines qu'en y consacrer que budgétaires.

Sans verser dans le catastrophisme, gageons, c'est le mot, que l'année 2012 sera difficile pour bon nombre d'entreprises. Capacités d'investissement en baisse, clients frileux en B to B à force de geler les budgets et consommateurs avec un cadenas sur leur porte-monnaie...

Mais ce qui ne tue pas rend plus fort et les contraintes sont souvent source de créativité et d'efficacité. Comment faire mieux avec moins ?

L'email marketing est le média tactique et économique par excellence. Il est utilisé par près de 100% des internautes, moins cher que le papier et facile à mixer avec d'autres actions complémentaires (événementiel, multicanal, ...). L'email permet de nouer une proximité unique avec ses différentes cibles à des coûts faibles tant pour la création, l'acheminement et la mesure de l'efficacité.



Voici cinq recommandations pour en tirer le meilleur profit en ces temps difficiles ou autrement dit comment faire de l'email marketing encore plus efficacement en y consacrant moins de temps et de budgets ?

1) Routez moins mais mieux

C'est une recommandation qui nous concerne nous routeurs d'emailing et j'espère que vous apprécierez la portée de ce conseil. A quoi sert par exemple d'envoyer des messages sur des contacts inactifs depuis 12 mois, 18 mois, 24 mois ? Votre facture de routage diminuera et votre délivrabilité augmentera.

2) Segmentez vos bases mais aussi vos messages

A défaut d'investir des budgets importants sur des actions publicitaires, adaptez vos messages à vos cibles. Tournure de phrase, choix des sujets (ou des produits), peuvent être pensés en fonction de vos segments de préférence. Ce petit effort supplémentaire vous fera gagner en proximité avec vos clients et prospects qui s'en souviendront le moment venu.

3) Pensez au fond avant la forme, au contenu avant le contenant.

Privilégiez des contenus de qualité et ne perdez pas perpétuellement la roue du contenant. Concevez un gabarit robuste qui accueillera vos différents messages et rappelez-vous que vos destinataires ne vous consacrent que quelques secondes. Plutôt que de penser de l'énergie (Temps/Argent donc) sur le petit détail graphique, concentrez-vous sur la réalisation de plus de messages pertinents.

4) Concevez des scénarios automatisés

Accueillir un prospect avec une séquence de messages, anticiper un anniversaire, mesurer la satisfaction après l'achat... Autant de conditions déclenchantes que vous pouvez facilement paramétrer dans votre plate-forme d'email marketing. Ce seront autant de micro campagnes ultra ciblées dont le coût d'envoi est minime (en tous les cas chez Message Business). Cette automatisation permettra aussi peut-être à vos forces de vente de se consacrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

5) Communiquez souvent et sérieusement

Ce n'est pas le moment de se replier sur vous-même. Montrer votre existence et votre vitalité à travers des actions régulières intégrant une dimension relationnelle : conseil sur l'utilisation de vos produits, de votre service, recommandations montrant votre expertise. C'est justement parce que les temps sont durs que vous devez montrer à vos contacts vos efforts et vos attentions à leur égard.