

**Découvrez les 16 Techniques à Observer pour  
Maîtriser le Marketing par eMails et Gagner Enfin  
votre Vie sur Internet en écrivant de Simples eMails !**



© Copyright. Tous droits réservés  
- Par Jacob GAUTHIER (Conférencier, Super-affilié, Expert eBusiness) -

## MENTIONS LÉGALES

Les informations présentées dans cet ebook expriment l'opinion de l'éditeur à partir de la date de publication. L'éditeur se réserve le droit de modifier et d'actualiser ses opinions sur la base de nouvelles données. Le but de cet ebook est uniquement informatif.

L'auteur et l'éditeur n'assument aucunement la responsabilité pour des engagements découlant de l'utilisation de cette information. Tout a été entrepris pour vérifier les informations fournies ici, cependant l'auteur et l'éditeur ne peuvent assumer aucune responsabilité pour les erreurs, inexactitudes ou omissions. Toute similitude avec des personnes ou des faits existants ou ayant existé est involontaire.

Aucune partie de ce livre ne pourra être reproduite ou transmise sous aucune forme, électronique ou mécanique, y compris photocopie, enregistrement ou par un stockage de l'information ou de système d'extraction de données sans l'autorisation écrite, datée et signée de l'éditeur.

Ce livre ne peut être vendu ni prêté à une tierce personne. Il est pour votre seul usage personnel. Il ne doit pas aussi être partagé sur un Site de Membres, ni offert gratuitement à vos abonnés, ni mis sur une Page de Capture ni donné comme Bonus à des achats faits sur vos Sites ou Blogs.

Le contenu de ce Manuel est protégé par les lois sur la protection des droits d'auteurs et de la propriété intellectuelle pour tout pays. Toute violation à ces recommandations vous expose à la rigueur de la loi. L'auteur se réserve le droit de réclamer des dommages et intérêts de toutes natures si ces termes ne sont pas respectés.

## TABLE DES MATIÈRES

■ INTRODUCTION	4
1- Quel genre de Cadeau Offrir à vos Visiteurs ?	6
2- Choix et Configuration de vos Autorepondeurs	8
3- Création de Formulaires de Collecte d'Emails	10
4- Création de Pages de Capture d'Emails	11
5- Les 16 Règles Emailing à Observer	12
■ CONCLUSION	19



## INTRODUCTION

Savez-vous que, de toutes les formes de Marketing en ligne, le **Marketing direct par courriel** appelé aussi «**Marketing par Emails**» ou «**eMailing**» ou encore «de l'Anglais : **Email Marketing**» est la forme la moins coûteuse et la plus rentable ?

Savez-vous que des études ont montré que **1 seul euro** investi dans le Marketing par emails vous rapporte **44,25 euros** ? C'est-à-dire que le retour sur investissement est d'environ **44 fois** ce qu'on investit ! Ce qui est incroyablement merveilleux ! Ces études placent ainsi le Marketing par emails **au-dessus** de toute autre forme de Marketing digital. Vous ne pouvez jamais avoir un rapport de **1 pour 44,25** avec Google Adwords ou Facebook Ads ou quelque chose d'autre !

Bien sûr que pour parvenir à ces résultats extraordinaires, vous devez maîtriser les règles et techniques de base de l'eMailing. Ce sont ces techniques indispensables (au nombre de 16) que nous avons sélectionnées pour vous et que nous nous proposons de vous expliquer en détails dans la 5<sup>e</sup> Partie de ce Manuel.

Le Marketing par emails est donc moins cher et très rentable. En fait, 50% de mes revenus en ligne proviennent de ce type de Marketing. Je pratique beaucoup l'eMailing pour minimiser mes coûts et maximiser mes revenus mensuels. Mais combien de net-entrepreneurs prennent vraiment au sérieux ce type de Marketing ? Tout le monde a appris qu'il y a de l'argent dans le Marketing par emails. Tout le monde s'acharne donc à envoyer des emails à tort et à travers, mais très peu de personnes acceptent de se former aux techniques de l'eMailing pour créer des campagnes efficaces. Les gens envoient des emails quand et comment ils veulent et évidemment ils n'obtiennent aucun résultat : personne n'ouvre leurs emails, personne ne clique sur leurs liens et ils ne gagnent pratiquement rien sur Internet.

Nous avons dit que l'eMailing était la forme de Marketing la **moins coûteuse** et la **plus rentable** mais nous avons sans doute oublié de vous dire aussi que c'était la forme la **plus simple**. En effet, réussir une campagne Google Adwords ou Facebooks Ads est 1.000 fois plus compliqué que réussir une campagne eMailing ! Comment gagnerez-vous donc de l'argent en ligne si vous ne savez pas écrire de simples emails qui convertissent ? Comment comptez-vous réussir dans l'affiliation (1tpe, clickbank, amazon, etc.) si le Marketing par emails n'est pas votre point fort ? Comment croyez-vous que les super-affiliés ou gourous gagnent-ils leur vie en ligne ? Ont-ils des logiciels qui leur produisent de l'argent ? Certainement pas ! Détiennent-ils des secrets qui leur permettent de toucher les 30.000 euros par mois ? Peut-être que «Oui» ! Alors que sont ces secrets ? 90% de leurs secrets tournent autour de l'eMailing : ils savent comment créer de belles pages de capture, ils ont tous des autorepondeurs qu'ils savent bien configurer, ils ont de grandes listes d'abonnés (souvent plusieurs dizaines de milliers), ils maîtrisent les techniques eMailing que je vais vous enseigner

maintenant, et c'est presque tout. Avec ceci, ils se font les 10.000 euros, 20.000 euros, 30.000 euros ou même plus tous les mois.

Si vous désirez gagner vraiment de l'argent sur Internet, le Marketing par emails est un moyen par excellence. Lisez minutieusement cet ebook du début jusqu'à la fin et essayez de mettre son contenu en application autant que vous le pourrez.

Ne vous contentez pas de lire ce Manuel et de reporter à plus tard la mise en application des techniques qui y sont dévoilées.

**«L'argent est dans la liste»**, nous disent tous les grands marketeurs. C'est pourquoi nous allons d'abord vous donner quelques conseils pour monter votre liste d'abonnés et pour finir nous vous dévoilerons les 16 Techniques eMailing qui vous permettront désormais d'écrire des emails efficaces et accroître notablement vos revenus ou commissions en ligne.



## PARTIE 1 :

# QUELS GENRES DE CADEAUX OFFRIR A VOS VISITEURS ?

Beaucoup d'entrepreneurs sur Internet, se lancent dans le Marketing par emails sans aucune préparation. Cela ne devrait pas être le cas ! Quand vous décidez de vous engager dans l'eMailing, il faut avant toute chose penser au **cadeau que vous allez offrir** aux visiteurs qui viendront sur votre page de capture, même si cette dernière n'est pas encore créée.

Cette étape de recherche de cadeau à offrir est très **importante** puisque le nombre des souscripteurs à votre Newsletter dépendra de la qualité des cadeaux que vous offrirez à vos visiteurs. Si votre cadeau est de faible valeur, personne n'en voudra en contrepartie de son adresse email. Si votre cadeau n'est pas rare (exemple de cadeau qu'on trouve sur beaucoup de pages de capture sur Internet) vous aurez très peu de personnes qui s'inscriront car il ya de fortes chances que les gens aient déjà téléchargé ce cadeau ailleurs : pourquoi vous donneraient-ils leur email pour quelque chose qu'ils ont déjà ?

Le cadeau que vous devez offrir à vos visiteurs doit donc être **recherché, rare, captivant**. Il doit retenir l'attention des visiteurs et leur donner l'envie de le télécharger sur le champ. Et comme ils ne peuvent l'obtenir sans donner leur email, ils s'inscriront sur votre liste. La nature et valeur du cadeau à offrir **important** beaucoup.

Nous avons dit «Cadeau» ? Mais en réalité est-ce qu'il s'agit vraiment de cadeau ? Quand on donne un cadeau à quelqu'un on ne lui demande pas sur le champ quelque chose de précieux en contrepartie ! L'email d'un visiteur est précieux, même très précieux. Ces emails que vous collectez ont valeur de «**biens immeubles**» comme un immeuble, comme une action dans une société, comme un titre de propriété. Chaque email que vous collectez a une **durée de vie moyenne de 4 ans** et pendant ces 4 ans, un seul email peut vous rapporter plusieurs centaines d'euros !

Ce que nous appelons couramment cadeau n'en est donc pas un ; il s'agit d'un bien (ebook, vidéo, service, etc.) que le visiteur achète avec son email et ses Nom et Prénoms. Dans cette transaction, les coordonnées des visiteurs ont valeur d'argent. Il s'agit d'un véritable marché. Le visiteur a son email, vous avez votre bien que vous croyez être un cadeau. Si votre bien (cadeau) n'a pas de valeur aux yeux des visiteurs, ils ne l'achèteront pas (avec leurs emails). Pourquoi le feraient-ils ? Ils ne sont pas bêtes ! Regardez : pourquoi quand vous partez dans un supermarché, vous ne payez pas 1.000 euros pour acheter un biscuit qui coute 5 euros ? Vous payez seulement le prix du bien. Quand il vous semble qu'un bien (comme un ordinateur portable) mérite d'être payé à 1.000 euros alors vous déboursez les 1.000 euros pour acheter ce bien.

Mais quand vous pensez que la valeur du bien qu'on vous propose est au-dessous de ce qu'on vous réclame comme argent, vous refuserez d'ouvrir votre porte-monnaie.

J'espère que vous avez bien perçu la comparaison. La première des choses à laquelle on doit penser quand on fait du Marketing par emails est le «cadeau» (le bien rare, attrayant, de valeur) qu'on proposera à nos visiteurs en contrepartie de leurs emails.

Je suis souvent choqué de voir les «**conneries**» que certains net-entrepreneurs proposent sur leur page de capture. Je sais que ces entrepreneurs sont soit débutants, soit ignorants des règles du Marketing par emails. Je sais au fond de moi qu'une telle page de capture ne pourra jamais permettre de collecter plus de 5 emails par jour. Et cela est bien triste car sans une liste importante d'abonnés, comment gagnerez-vous de l'argent avec vos emails ?

### La question suivante qu'on peut se poser, c'est comment avoir un cadeau rare de valeur ?

Il y a plusieurs moyens d'avoir un cadeau rare de valeur. En voici quelques uns :

- 1) Vous pouvez écrire vous-même un petit ebook et le proposer à vos visiteurs sur votre page de capture. Il n'est pas difficile d'écrire des ebooks. [Cliquez ici](#) pour aller télécharger gratuitement un Rapport de 11 pages qui vous apprendra Comment faire pour écrire votre premier ebook d'ici 60 minutes et le publier d'ici 48 heures ! **MAIS ATTENTION** : votre ebook doit être riche en informations avec un titre captivant pour qu'il puisse intéresser votre cible !
- 2) Vous pouvez proposer l'ebook d'un auteur bien connu que vous avez vous-même téléchargé avec des droits de redistribution. **ATTENTION** : même s'il s'agit d'un auteur bien connu, le produit en question doit traiter d'un sujet d'actualité qui intéresse énormément les gens.
- 3) Le cadeau peut ne pas être un bien à télécharger. Si vous avez un site web, un site de membres ou un blog, vous pouvez rendre privé l'accès à certaines pages. Et pour accéder à ces pages, vous pouvez demander à vos lecteurs de donner leurs emails. Si vous avez aussi des Newsletters intéressants, vous pouvez demander à vos visiteurs de donner leurs emails pour que vous puissiez leur envoyer ces Newsletters chaque mois. **ATTENTION** : qu'il s'agisse de Newsletters, de blogs, de sites de membres ou de sites web, l'information que vous proposez de donner en échange des emails de vos visiteurs, doit être très importante, voire indispensable pour eux afin qu'ils se sentent obligés de s'inscrire sur votre liste.

Voilà quelques astuces que nous venons de vous donner pour bien choisir votre cadeau afin de maximiser les conversions sur vos pages de capture et accélérer la construction de votre liste. Mettez-les en application. Une fois que vous avez votre cadeau, il faut l'héberger. Je vous conseille d'héberger vos cadeaux dans WordPress (WP). C'est gratuit et plus sécurisé. Une fois que vous avez uploadé votre cadeau dans WP, prenez le Lien du cadeau. C'est ce Lien qu'il faut mettre dans votre Autorepondeur quand vous le configurerez. Nous parlerons maintenant d'Autorepondeur dans le **chapitre suivant** : Comment choisir et configurer un Autorepondeur ?

## PARTIE 2 :

# CHOIX ET CONFIGURATION D'AUTOREPONDEURS

Il est inutile de vous rappeler que sans Autorepondeur, vous ne gagnerez rien de bon sur Internet. Pourquoi ? Parce que l'Autorepondeur est devenu aujourd'hui l'un des outils les plus indispensables qu'il faut à toute entreprise en ligne (ou tout net-entrepreneur) pour générer et maximiser de bons revenus.

Sans Autorepondeur, où allez-vous héberger toutes les adresses emails et données que vous collectez sur Internet ? Sans Autorepondeur comment allez-vous envoyer des milliers et milliers d'emails par jour à vos abonnés? Allez-vous utiliser Gmail, Hotmail, Yahoo ? Noon ! Ces services de messagerie électronique gratuits ont tous des quotas d'emails sortants que vous ne pouvez pas dépasser par jour. Pour Gmail, ce quota est de 500 destinataires par 24 heures. Pour Outlook et Hotmail, ce quota est de 300 destinataires par 24 heures ; Pour Laposte, il est de 100 destinataires par envoi. Mais avec un Autorepondeur, vous pouvez envoyer en un seul clic de souris un message par exemple aux 300.000 abonnés qui sont sur votre liste. C'est extraordinaire !

Sans Autorepondeur, votre travail sur Internet serait bien trop pénible et il vous serait difficile ou impossible d'exécuter certaines tâches. L'Autorepondeur est un peu comme votre **secrétaire** spécial sur Internet : il archive vos données collectées sur vos formulaires et pages de captures, il envoie pour vous les courriers que vous avez écrits, il exécute pour vous certaines tâches que vous lui demandez d'exécuter...

Plus qu'un simple secrétaire, l'Autorepondeur est même votre **robot personnel** qui automatisera certaines tâches pour vous. Vous pouvez écrire des messages à l'avance et programmer votre autorepondeur pour qu'il les envoie à des dates et heures précises à tous (ou une certaine catégorie) de vos abonnés. Vous pouvez récupérer le Lien de votre cadeau que vous avez hébergé sur WP (ou ailleurs) et l'insérer dans votre Autorepondeur en sorte que, quand quelqu'un s'inscrit sur votre page de capture, l'Autorepondeur le redirige instantanément sur la page de téléchargement du cadeau.

Ne vous demandez plus si vous avez besoin ou non d'Autorepondeur. La réponse c'est « **Oui** », vous en avez besoin. Tout entrepreneur sur Internet en a besoin. La question c'est maintenant le choix de l'Autorepondeur. C'est-à-dire quel Autorepondeur choisir parmi les nombreux qui existent aujourd'hui sur le marché ?

Personnellement, nous avons évalué et comparé les meilleurs Autorepondeurs qui existent sur le marché et nous avons trouvé deux qui sont excellents pour les entrepreneurs francophones. Ces sont **GETRESPONSE** et **SG-AUTOREPONDEUR**.



GetResponse est mon préféré. Son interface est en plusieurs langues dont le Français et l'Anglais. L'espace membres est convivial. Le support est de haute qualité. Le tarif est clairement défini ; une fois payé votre petit abonnement mensuel, vous pouvez envoyer autant de messages que vous désirez (500.000 messages/heure ? 10 messages/jours à 2.000.000 de destinataires ?) Cela ne dépend que de vous seul ! Beaucoup d'Autorepondeurs ne font pas cela : il vous impose un certain quota d'emails par mois. Une fois ce quota atteint, vous devez payer encore pour pouvoir envoyer des emails. J'aime vraiment Getresponse. Tous les messages que vous envoyez sont optimisés pour les appareils mobiles, en sorte que vos emails peuvent être lus non seulement sur tout type d'ordinateurs mais aussi sur tout type d'appareils mobiles. Cela permet de maximiser vos taux d'ouverture et de clics. Vous pouvez aussi vous inscrire sur GetResponse et essayer leur service gratuitement pendant un mois. Après le premier mois de service, vous devez choisir une Formule d'abonnement.

Pour vous inscrire à GetResponse et commencer votre mois d'essai, [Cliquez ici !](#)

En ce qui concerne SG-Autorepondeur, ils n'ont pas assez de fonctionnalités intéressantes comme GetResponse mais leur site est 100% en Français. Voilà pourquoi beaucoup d'entrepreneurs français le choisissent.

Pour vous inscrire à SG-Autorepondeur, 100% en Français, [Cliquez ici !](#)

Pour ceux qui résident au Canada, je vous conseille [Cyber Mailing](#).

Après avoir choisi votre Autorepondeur, il faut songer à le configurer avant d'entreprendre quoi que ce soit. La configuration porte principalement sur ces différents éléments :

- Renseigner **votre adresse** : cette adresse sera visible sur tous les messages que vous envoyez.
- Prendre le **lien de téléchargement** de votre cadeau et le mettre dans votre Autorepondeur pour que tous les nouveaux inscrits soient redirigés automatiquement sur la page de téléchargement de votre cadeau. Cela vous évite de livrer votre cadeau manuellement !
- Renseigner votre **adresse email**. Si vous avez souscrit à un service d'hébergement, donnez plutôt une adresse professionnelle du type [votrenom@votresociete.com](mailto:votrenom@votresociete.com) au lieu d'adresses emails gratuites (Gmail, Yahoo, Hotmail...). Une adresse email professionnelle améliorera notablement votre Spam Score et évitera de faire passer vos emails pour des spammes !
- Préparer **deux bons messages** (pour séquence autorepondeur ou envois automatiques) : un email de Bienvenue pour remercier le nouvel inscrit de s'être abonné sur votre liste et un 2<sup>e</sup> message qui sera envoyé 3 jours après au nouvel inscrit pour demander de ses nouvelles.

Si vous cherchez un Service Professionnel de Configuration d'Autorepondeur, [Cliquez ici !](#)

Finalement, il faut songer à créer des **Formulaires de Collecte d'emails**. J'aborde les détails de la création de formulaires de collecte d'emails dans le prochain chapitre.

## PARTIE 3 :

# CREATION DE FORMULAIRES DE COLLECTE D'EMAILS

Tout Autorepondeur a un service gratuit de création de **formulaires** de collecte d'emails. Avant de créer des formulaires de collecte d'emails, il vous faut d'abord créer des **campagnes** dans votre Autorepondeur.

Une fois les campagnes créées, vous pouvez créer les formulaires. Vous pouvez créer plusieurs formulaires pour une même campagne mais vous ne pouvez pas créer un seul formulaire pour deux ou plusieurs campagnes.

Ces formulaires de collecte d'emails sont normalement à mettre sur vos sites web et vos blogs. Pour créer des pages de capture d'emails, vous aurez besoin des **codes HTML** de ces formulaires. Ces codes sont bien sûr présents dans votre Autorepondeur.

N'oubliez jamais de mettre une notice sur **la confidentialité** de vos visiteurs en bas de chaque formulaire de collecte d'emails. Cela les encouragera à donner leur adresse email. Sans une telle notice, les visiteurs croiraient que vous allez utiliser leurs données à des fins commerciales douteuses (vente ou location de fichiers d'emails, spams, etc.).

Voici quelques exemples de notice de confidentialité :

- Vos données personnelles seront protégées !
- Nous haïssons le spam tout comme vous !
- Nous ne vendrons ni ne louerons jamais vos données !
- Vos informations ne seront jamais partagées !
- Vos coordonnées sont bien protégées !



## PARTIE 4 :

# CREATION DE PAGES DE CAPTURE D'EMAILS

Une Page de Capture d'emails (appelée aussi Landing Page ou Squeeze Page en Anglais) est un site web d'une seule page, au design captivant, avec un entête accrocheur, destinée à attirer l'attention des visiteurs et à collecter leurs adresses emails.

En principe le **choix et la configuration** d'un Autorepondeur précèdent la création des pages de capture. En effet, si vous créez une page de capture et que vous n'avez pas d'autorepondeur, où allez-vous héberger toutes les adresses emails que vous allez collecter ? Même si vous avez un autorepondeur mais qu'il n'est pas encore **bien configuré**, vous ne devriez pas aussi vous précipiter à construire des pages de capture. Sinon si quelqu'un visite votre page de capture et s'inscrit, il sera très mal traité. Il ne recevra ni de message de bienvenue, ni de message d'introduction ou de présentation, ni de séquences autorepondeur, etc. Toutes choses qui peuvent le décourager et l'emmener à se désinscrire rapidement de votre liste.

Attention, créez vos pages de capture avec beaucoup de soin : le titre doit être bien visible et écrit en caractère gras. **Il doit être très accrocheur**. En général, après la lecture de votre titre, le visiteur décide s'il doit rester sur votre page ou s'il doit la quitter aussitôt. Evitez de bavarder ou vendre quoi que ce soit sur vos pages de capture. L'objectif est de convaincre le visiteur à vous donner son adresse email. Une fois que vous avez son email, vous pourrez lui faire des offres commerciales après !

Même si vous avez un cadeau très rare et de grande valeur à offrir à vos visiteurs, si la page de capture est repoussante ou moche ou en-dessous de la moyenne, personne ne s'inscrira sur votre liste. Si vous n'avez pas les compétences pour créer des pages de **captures professionnelles**, demandez à un **spécialiste** de le faire pour vous au lieu de les bricoler. Il vous prendra un peu d'argent mais vous aurez votre page pour la vie et elle vous permettra de collecter de nombreuses adresses emails que vous pourrez monétiser à volonté...

Voici un exemple de [page de capture](http://richeen365jours.net/) bien faite : <http://richeen365jours.net/>

Une fois que vous avez votre cadeau irrésistible, votre [Autorepondeur bien configuré](#) et votre [page de capture professionnelle](#), vous êtes maintenant prêt à composer des emails pour promouvoir vos offres ou liens d'affiliation.

Mais savez-vous comment **écrire** des emails que vos abonnés se presseront d'**ouvrir** ? Savez-vous comment obliger ceux qui ont ouvert vos messages à **cliquer** sur les liens intérieurs, **visiter** vos sites et **passer à l'acte d'achat** immédiatement ? Ce sont ces 16 Astuces que nous allons vous apprendre dans le chapitre suivant.

## PARTIE 5 :

# LES 16 REGLES EMAILING A OBSERVER

Si vous désirez maîtriser l'art de l'eMailing et gagner suffisamment d'argent en écrivant des emails, voici les 16 règles d'or qu'il vous faut scrupuleusement respecter. En suivant à la lettre ces 16 règles, voilà ce que vous allez obtenir :

- 1- Vos messages atterriront à coup sûr dans la boîte aux lettres électronique de vos abonnés ; ils n'iront pas dans leurs dossiers spams,
- 2- Vos destinataires se presseront d'ouvrir vos messages parce que l'objet leur en donnera l'envie,
- 3- Une fois qu'ils auront ouvert vos emails, bon nombre d'entre eux liront intégralement vos messages, cliqueront sur vos liens à l'intérieur des messages et visiteront les pages de vente de vos offres,
- 4- Vos abonnés achèteront les produits dont vous faites la promotion et vous multiplierez ainsi vos ventes ou vos commissions.

Voilà présentées ci-dessous ces seize règles :

### → **Règle no 1 : Travailler avec un Bon Fichier d'emails**

Tout commence par là : la qualité de votre liste. Pour avoir une bonne réponse de la part de vos abonnés, il faut travailler avec un Bon Fichier d'emails. Pour avoir un Fichiers d'emails de qualité que vous pouvez monétiser à votre guise, il faut éviter ces deux grosses erreurs que beaucoup commettent :

- Optez pour le «**double optin**» et non le «**simple optin**» lors de l'inscription sur vos listes. Dans le cas du «**double optin**», l'Autorepondeur envoie un courrier à tout nouvel abonné pour qu'il confirme son inscription. Cela permet aussi de vérifier que l'adresse email fournie est bien valide. Dans le cas du «**simple optin**», il n'y a aucune vérification ou confirmation. Cela est très dangereux dans la mesure où les gens peuvent vous donner de fausses adresses emails et vous les aurez sur votre liste. Avec du «**simple optin**», vous pouvez avoir une base de 5.000 adresses emails et seulement 500 peuvent être valides. Que gagnerez-vous avec une telle liste ? Rien du tout ! Au contraire vous perdez puisque vous payerez cher en abonnement mensuel de l'Autorepondeur (45 € / mois par exemple pour 5.000 abonnés) au lieu de payer seulement 19 € / mois (pour 500 abonnés actifs) !

- N'achetez jamais de listes de prospects « en quête d'opportunités commerciales ». Ces prospects sont des gens qui à un moment donné ont pu être intéressés par le développement d'un commerce à domicile, mais qui ont sans doute abandonné l'idée depuis longtemps et sont passés à d'autres choses. En général, ces gens sont des personnes démunies, au chômage, endettées et simplement à la recherche d'un petit travail. De plus, ces listes sont souvent très vieilles et ont été vendues à des milliers d'autres entrepreneurs sur Internet. La plupart des contacts fournis sur ces listes ont donné leurs informations pour recevoir un cadeau, gagner un iPod ou autre chose. Vous ne gagnerez rien, absolument rien avec de telles listes.

### ↳ **Règle no 2 : Sujet (ou Objet) de vos Messages**

Le sujet ou l'objet de votre message est très important. C'est ce que les abonnés verront et ils décideront d'ouvrir votre message ou non. Il doit être précis et concis. Il doit présenter en très peu de mots ce dont vous allez leur parler dans l'email mais il ne doit pas expliquer le contenu de l'email (c'est-à-dire les détails). Il doit donner l'envie aux abonnés d'ouvrir rapidement votre message et voir ce qu'il y a à l'intérieur. Le Sujet doit contenir un maximum de 35 caractères (y compris les espaces). 35 caractères est l'idéal, 50 caractères est la norme et plus de 50 caractères diminue votre taux d'ouverture de 8%. Restez donc dans la marge 35 à 50 caractères et prenez vraiment beaucoup de temps pour rédiger l'objet de vos messages !

### ↳ **Règle no 3 : Eviter les Mots associés au Spam**

Dans le Sujet ou le Corps de vos messages, évitez les mots associés au spam. Il s'agit de mots associés à la voyance, de mots à caractères sexuel ou bien de mots sensibles comme "argent", employé seul ou avec des mots tels que "essai gratuit", "adhésion", "chèque", "paiement", "affiliation", "affilié", "filleuls", "MLM" ou d'autres mots comme "revenu complémentaire", "travail à domicile", "opportunité d'affaire", "club", etc. Si vous utilisez l'un de ces mots, il y a de fortes chances que votre message soit détecté comme spam et atterrisse donc dans le dossier spam de vos abonnés. Et vous savez que les gens méprisent tout ce qui est dans le dossier spam et le lisent rarement. Si vos emails se retrouvent donc dans le dossier spam, personne ne les ouvrira et il vous ne gagnera pas un centime.

### ↳ **Règle no 4 : Le sentiment d'urgence pousse souvent à l'action**

En écrivant l'objet ou le sujet de votre message, essayez souvent de donner une date limite. Par exemple 'Commandez avant minuit ce soir' 'Dernier jour pour livraison avant le jour de Noël assurée'. Utilisez ceci pour renforcer le sentiment d'urgence dans une série d'emails. Par exemple dans l'envoi du lundi, insérez 'Plus que 5 jours' et dans l'envoi du jeudi continuez avec 'Plus que 24 heures'.

### → **Règle no 5 : Attention au Filtre anti-spam**

Le fausset est plutôt mince entre vouloir attirer l'attention et le spam. Passez votre texte au spam checker (existe dans presque tous les Autorepondeurs) afin d'identifier les mots, phrases ou expressions qui se rapprochent du spam. Le spam checker devrait vous dire ce qu'il faut modifier. Il existe deux erreurs assez communes qui peuvent entraîner votre message dans la boîte spam : un objet tout en **majuscules** et l'utilisation de plusieurs **points d'exclamation**. Nous vous conseillons de ne pas du tout utiliser de point d'exclamation si vous pouvez l'éviter.

### → **Règle no 6 : Le Nom de l'expéditeur**

Les lecteurs regardent souvent en premier le nom d'expéditeur avant d'ouvrir un email, suivi de l'objet. Le nom d'expéditeur annonce au destinataire de qui provient l'email et l'objet est là pour le persuader de le lire. Dans la configuration de votre Autorepondeur, il faut donc très bien choisir le Nom sous lequel seront expédiés les messages. Si par exemple vous vous appelez MICHEL et que le nom de votre Site sur lequel les abonnés se sont inscrits est SECRETS FORTUNE, comme Nom d'expéditeur, vous pouvez choisir « **Michel de Secrets Fortune** » ou « **Michel - Secrets Fortune** ». Si vous envoyez régulièrement une newsletter donnez lui un **Nom mémorable** dont les abonnés se souviendront et reprenez ce Nom mémorable comme Nom de l'expéditeur au lieu de donner simplement votre Nom ; les lecteurs aiment une certaine continuité. SVP ne donnez jamais votre Nom simple « **Marie** », « **Job** » ou « **Rebecca** », etc. comme Nom de l'expéditeur parce que cela prête à confusion et peut avoir un impact négatif sur vos campagnes. En effet, il existe des millions de personnes du nom de Marie (par exemple), il y a de fortes chances que celui qui reçoit votre email connaisse au moins 10 personnes du nom de Marie et croyez-moi, il ne se donnera pas la moindre peine d'ouvrir le message pour savoir de quelle Marie il s'agit. Suivez ce conseil pour augmenter le taux d'ouverture de vos messages. Choisissez un Nom que vos lecteurs peuvent **reconnaitre tout de suite** quand ils reçoivent vos messages !

### → **Règle no 7 : L'utilisation du Nom des Abonnés dans l'Objet**

Lorsque des utilisateurs s'inscrivent à votre liste de diffusion, ils vous fournissent d'ors et déjà l'un des outils de personnalisation les plus utiles : leur nom. Il s'agit sans doute de l'astuce la plus basique, mais leur nom est une information très importante et qui peut être utilisée de façon versatile. La plus populaire est de l'utiliser dans la ligne d'objet.

“Bonjour Jacob, voici un bon d'achat de 25 euro pour vous...”

“Pauline, aviez-vous remarqué cette offre spéciale en magasin ?”

“Une prévente de billets en exclusivité, rien que pour vous Elie ! ”

Si le lecteur a l'impression d'avoir été contacté personnellement, il est beaucoup plus susceptible de lire l'email reçu, plutôt que de le jeter à la corbeille. On peut aussi utiliser le Nom de l'abonné dans le corps du message de la sorte :

« Bonjour, Jean », « Valentine, vous pouvez vérifier l'information que je vous donne »...

### → **Règle no 8 : Ne pas envoyer trop de Messages à vos Abonnés**

Ne sur-sollicitez pas votre liste. Ce n'est pas en leur envoyant 2 messages toutes les heures que vous gagnerez de l'argent. Tissez une relation de confiance, de respect mutuel et de bonne coopération avec vos abonnés.

Nous estimons que 1 à 2 messages promotionnels par semaine est suffisant. Ne dépassez pas ce max de 10 messages par mois sinon vos lecteurs auront marre de vous et ils se désinscriront purement et simplement de vos listes. Vous ne pourrez pas les empêcher de faire cela ! A cela peut s'ajouter 01 ou 02 Newsletters par mois.

### → **Règle no 9 : S'appliquer dans la rédaction de vos Messages**

◦ Appliquez-vous dans la rédaction de vos messages. Evitez les fautes d'orthographe, de grammaire, de syntaxe et les erreurs dans les liens inclus dans le message. Evitez en un mot de remettre en cause votre image professionnelle et votre notoriété. Soignez le ton et le langage en rédigeant vos emails. Privilégiez une signature courte (éviter la publicité). Testez vos liens avant d'envoyer vos messages !

### → **Règle no 10 : Contenu de vos Messages (Largeur des emails)**

Un email doit faire plus ou moins 600 px de large, et ceci pour plusieurs raisons. Tout d'abord votre objectif est de faire que l'expérience de vos lecteurs soit la meilleure possible. Les gens sont habitués à faire défiler leurs emails de haut en bas pour afficher tout le contenu. Mais si votre email est trop large, il se peut que vos lecteurs aient besoin de faire défiler verticalement ainsi qu'horizontalement, ce qui ne va pas leur plaire.

Ensuite, l'email devient de plus en plus mobile. Un nombre conséquent de personnes lisent désormais leurs emails sur leurs téléphones, tablettes, ou autres supports mobiles, ce qui signifie que votre email doit être lisible sur un écran bien plus petit que d'habitude.

Les emails de 600px de largeur rétréciront pour s'adapter à l'écran d'un iPhone par exemple, et il est en principe assez facile de zoomer si besoin (bien que pas l'idéal). Tandis que si votre email est beaucoup plus large que ça, le contenu une fois zoomé sera illisible et vos abonnés ne prendront alors probablement pas le temps de le lire.

### ↳ **Règle no 11 : Contenu de vos Messages (Cas des Vidéos)**

Le support de médias tels que les vidéos, Flash, fichiers audios, etc, est en réalité très mince chez les fournisseurs webmails. La seule chose qui est supportée par la plupart des boîtes mail sont les gifs animés, et même là ce n'est pas toujours le cas à 100%.

Si vous souhaitez inclure une vidéo ou autre dans un email, la meilleure chose à faire est d'inclure une capture d'écran de la vidéo provenant de Youtube, Vimeo, etc. Il vous suffit simplement de relier cette image à un lien qui s'ouvrira séparément dans une page web afin que vos lecteurs puissent alors regarder la vidéo.

Cette technique fonctionnera sur toutes les différentes boîtes mails, pas seulement une ou deux. Observez-la donc !

### ↳ **Règle no 12 : Contenu de vos Messages (Texte contre Images)**

Faire en sorte que les emails atterrissent bien dans les boîtes de réceptions est l'objectif principal de tout email marketeur. L'un des problèmes de délivrabilité les plus connus est le ratio texte / images. Votre email doit comporter au moins 60% de texte et 40% (ou même moins) d'images, sinon il sera repéré par les filtres anti-spam qui s'en débarrasseront avant même que personne ne l'ait vu.

L'une des règles de base pour s'assurer que vous vous conformez à ce ratio, est de faire que votre email contienne du texte autant que possible (sans diluer pour autant votre design ou votre message).

N'insérez pas vos « **call to action** » sur une image. Transformez-les en texte que vous pouvez placer à côté, au dessus, ou en dessous de votre image.

Au lieu d'insérer des boutons « **en savoir plus** », insérez-les en tant que texte, etc.

Voici donc quelques astuces pour améliorer votre ratio texte/images, et vous commencerez non seulement à atteindre de plus en plus de boîtes de réceptions, mais vous rendrez l'expérience des lecteurs qui n'ont pas affiché les images beaucoup plus agréable et augmenterez votre taux de clics.

### ↳ **Règle no 13 : Contenu de vos Messages (Ecrivez moins)**

Tout le monde est occupé et selon le succès des réseaux sociaux tel que Twitter, on sait que l'attention donnée par un web-user est très brève. Tout ce que les gens voient sont quelques mots et un lien à cliquer à partir de Twitter. Un email peu offrir bien plus que ça, cependant il peut aussi donner trop et ennuyer.

Si votre lecteur voit une scrollbar sur le côté droit lorsqu'il ouvre son email, il saura de suite qu'il s'agit d'un long email. Il est probable qu'il décide alors de le lire plus tard quand il aura le temps, et oubliera sûrement de le faire au final...



Au fil du temps, ces abonnés s'attendent à ce que tous vos emails soient longs, et auront toujours à l'esprit le fait qu'ils ont besoin de temps pour les lire, et ils finiront tôt ou tard par se désinscrire de votre liste parce que n'ayant jamais le temps de vous lire.

J'ai toujours remarqué que mes emails qui ont le meilleur taux d'ouverture et de clics sont ceux qui sont les plus courts !

### → **Règle no 14 : Augmentez la dérivabilité de vos courriers**

Tout le monde souhaite que ses messages soient délivrés à ses abonnés. Voilà quelques petits conseils pour augmenter cette délivrabilité auprès de Gmail, Hotmail, Yahoo, etc :

- Demandez d'être rajouté au carnet d'adresses

Demander à vos lecteurs de vous rajouter à leur carnet d'adresses. En faire parti indiquera à ces fournisseurs de messagerie électronique que vous êtes un contact de confiance, et ils laisseront passer vos emails plus facilement.

- Demandez de toujours afficher les images

Les images sont bloquées pour des raisons de sécurité. Demandez donc à vos lecteurs de toujours afficher les images.

- Invitez les réponses

Une fois que quelqu'un a répondu à vos emails plus de deux fois, Gmail affichera alors automatiquement vos images, sachant que les emails proviennent d'un contact connu, suite à la conversation enregistrée.

- Etre reconnu en tant que « non indésirable »

Si votre message se retrouve dans le dossier spam et qu'un destinataire démarque votre email en tant que « non indésirable », ceci est la meilleure preuve de confiance que vous pouvez obtenir. Il indique à sa boîte de réception que votre email a été accusé à tort d'être un spam et de ne plus recommencer.

Le meilleur moment pour le signaler à vos lecteurs est au moment de l'inscription, sur la page de renvoi qui les remercie de s'être abonnés.

Il n'y a pas de honte à demander à vos lecteurs de vérifier leur dossier spam pour peut-être y trouver leur email de confirmation. Annoncez leur le nom d'expéditeur, la ligne d'objet, et demandez leur de vous ajouter à leur carnet d'adresses. Puis dans votre email demandez-leur d'afficher les images. C'est le moment où ils sont le plus engagés et le plus susceptibles de faire tout ceci, n'oubliez donc pas de le leur demander.

### ↳ **Règle no 15 : Testez vos emails avant de les envoyer**

Avec vos emails, vous ne vous battez pas seulement contre Internet Explorer, Chrome, Firefox et Safari (en ce qui concerne le web design), mais contre plus d'une quarantaine de messageries électroniques. Il est donc essentiel de vous assurer que votre email s'affiche correctement dans chacune d'entre elles (Lotus notes 6-7 exclu).

L'un des meilleurs outils pour tester vos emails et pouvoir contrôler leur affichage dans les diverses boites mails est Litmus. Parallèlement à ceci, beaucoup de fournisseurs d'autorepondeurs comme [Getresponse](#), mettent à votre disposition des outils pour tester gratuitement chacun de vos messages avant de cliquer sur le bouton « **Envoi** ».

### ↳ **Règle no 16 : Faire le suivi des emails envoyés**

Si vous envoyez des emails, il faut en faire le suivi pour savoir si vos objectifs sont atteints ou non, et voir ce qu'il y a lieu de faire pour corriger les situations indésirables. Voici des questions qu'il faut toujours se poser après l'envoi des vos messages :

- Quels emails n'ont pas été distribués et pourquoi ?
- Qui a ouvert l'email ( qui l'a lu? ) Quand ? Combien de fois? Qui ne l'a pas lu ?
- Qui a regardé quel article en particulier ? Qui s'intéresse à quoi ?
- Qui a téléchargé quel fichier PDF ? Qui a cliqué sur quel lien ?
- Qui s'est désinscrit ? Combien se sont désinscrits suite à ce message ?
- Etc...

Quand vous avez trouvé les réponses à ces questions, il faut vous asseoir pour les analyser et corriger toutes situations de nature à vous éloigner de vos objectifs.

L'une des actions de correction les plus courantes est de renvoyer le message à ceux qui ne l'ont pas ouvert (et non à toute la liste !). Renvoyez le message seulement à ceux qui ne l'ont pas lu. La fonctionnalité « **renvoi aux non-ouverts** » existe dans presque tous les Autorepondeurs. Il faut souvent en faire usage. En renvoyant le message à ceux qui ne l'ont pas ouvert, vous pouvez changer l'objet ou non.

Si vous commencez à utiliser cette fonctionnalité, vous serez agréablement surpris. Quand je renvoie des messages à ceux qui n'ont pas ouvert le message initial, je change presque toujours l'objet et j'obtiens un taux d'ouverture et de clic très appréciable lors de ce deuxième envoi. Vous devriez essayer ceci...

## CONCLUSION :

Comme nous vous l'avons déjà dit, le Marketing pas emails est aujourd'hui la voie la plus rapide et la plus facile pour gagner de l'argent, et même énormément d'argent sur Internet. En suivant à la lettre tous les petits conseils que nous venons de vous donner, nous sommes sûrs, très sûrs que vos taux de délivrabilité, d'ouverture et de clics monteront en flèche. Et au fur et à mesure que ces taux monteront, vos chiffres d'affaires, ventes, profits ou commissions monteront aussi.

Ne sous-estimez pas la puissance de l'eMailing. Montez-vous une liste saine (avec une inscription en double optin), soignez et multipliez vos pages de capture, [envoyez un flot de trafic](#) sur vos formulaires de collecte d'emails. Et quand vous aurez une bonne liste d'abonnés, tissez une relation de respect et de cordialité avec eux et envoyez-leur des emails respectant les normes que nous venons de vous énumérer au chapitre précédent. Le résultat ? Vous gagnerez de l'argent ; vous allez commencer à bien gagner votre vie sur Internet. Il n'y a aucune zone d'ombre ou de doute à ce fait. Pourquoi ? Parce que l'argent est dans la liste et dans la bonne pratique de l'eMailing !



A votre succès,  
Jacob GAUTHIER