

## Les fondements de l'« Email Marketing »



De nos jours, le client est fortement sollicité on line. Pour garder le contact, le marketing par courrier électronique est un excellent complément aux autres activités de marketing digital. Pourquoi ? Il permet de fidéliser et d'engager les clients sans se ruiner. De plus, il est efficace sur les téléphones portables. À l'instar de toute autre forme de marketing, il convient dans un premier temps de se fixer des objectifs.

- ✚ L'e-mail est-il un moyen de présenter des produits et des services et d'attirer davantage de visiteurs sur votre site web ?
- ✚ Est-ce que l'utilisation du courrier électronique vous permet d'obtenir des résultats commerciaux, comme la distribution d'un coupon qui génère des ventes supplémentaires ?

Quels que soient vos objectifs, vous pouvez commencer par dresser une liste des personnes qui ont exprimé un intérêt pour votre entreprise. Par conséquent, comment trouver ces personnes et obtenir leur adresse électronique ? Posez-leur d'abord la question.

Supposons que vous soyez propriétaire d'un magasin de fournitures pour animaux. Proposez à vos clients de leur envoyer des réductions et des offres spéciales s'ils vous communiquent leur adresse électronique. Si vous avez un site web, vous pouvez y inclure un formulaire et encourager les visiteurs à s'inscrire en ligne. N'oubliez pas que les gens doivent vous donner l'autorisation d'envoyer des e-mails à caractère commercial, et que de nombreux pays ont des lois qui exigent un consentement.

Génial ! Vous avez maintenant commencé à dresser une liste des personnes qui veulent recevoir vos e-mails. Réfléchissons maintenant aux moyens par lesquels le marketing par e-mail peut vous aider à atteindre vos objectifs commerciaux. Vous ne voulez pas submerger vos clients avec trop de contenu dans un seul e-mail, ou trop d'e-mails à la suite. Commencez par un "bonjour" amical et une présentation. Ensuite, vous pouvez envoyer des informations sur votre magasin et les lignes de produits que vous vendez. À ce stade, vous pouvez leur poser une ou deux questions pour affiner un peu leur intérêt. (Vous ne voulez pas envoyer des coupons de nourriture pour chats aux amateurs de chiens).

Ainsi, une fois que vous détenez des informations sur vos clients, vous pouvez leur envoyer des offres ou des contenus spécifiques qu'ils pourraient trouver intéressants. À titre d'exemple, lorsque vous savez qu'un segment de ces clients a récemment acheté des aliments pour chiens, vous pouvez leur présenter des jouets, colliers et laisses pour chiens qui sont les plus demandés.

Veillez à inclure des informations utiles et des offres pertinentes, comme des conseils pour le dressage de chiens ou un bon de réduction pour des friandises pour chiens. Pendant que vous informez vos clients sur votre entreprise, vous pouvez également utiliser des courriels de marketing pour en savoir plus sur eux. Demandez à vos abonnés s'ils souhaitent recevoir des informations sur d'autres produits ou services. Renseignez-vous ensuite sur la manière dont ils préfèrent recevoir vos informations.

Par exemple, veulent-ils recevoir des courriels chaque semaine ou chaque mois ? Enregistrez ce que vous apprenez dans votre base de données de contacts pour les futures campagnes de courrier électronique. Qu'en est-il des personnes qui figurent sur votre liste de contacts depuis longtemps ? Ces clients fidèles sont vraiment importants pour votre entreprise. Et c'est une bonne idée de construire une relation positive et durable avec eux. Alors, comment pouvez-vous vous y prendre ?

En fait, les clients apprécient que vous anticipiez leurs besoins. Disons que par le passé, des clients ont commandé un traitement contre les puces et les tiques sur votre site web. L'été approche et, avec la chaleur, de petits parasites peuvent nuire à la santé de vos amis en fourrure. Vous avez donc rédigé un e-mail contenant des conseils pour que la maison et l'animal de compagnie soient exempts de tiques et de puces. Vous pouvez y inclure une offre de 20 % de réduction sur une commande de présaison de la marque de votre choix. Vous pouvez également envoyer de temps en temps à vos fidèles propriétaires de félins une petite galerie contenant des vidéos de chats parmi les plus drôles d'Internet.

En rendant votre contenu divertissant et utile, vos abonnés apprécieront vos e-mails, et vous resterez probablement leur choix lorsqu'ils seront prêts à acheter. Enfin, vous pouvez utiliser le courrier électronique pour demander à vos contacts de vous faire part de leurs commentaires sur leur expérience d'achat ou d'assistance à la clientèle, puis leur répondre directement. Le fait de comprendre ce qui s'est bien passé ou ce qui s'est mal passé vous permet de proposer des solutions à leurs problèmes ou simplement de les remercier d'être des clients.

En conclusion, l'e-mail Marketing est un excellent moyen de nouer des relations avec des clients potentiels et existants. Au fur et à mesure que vous identifiez vos différents publics, vous pouvez personnaliser les communications en fonction de leurs intérêts particuliers. En offrant un contenu utile et attrayant, vous pouvez fidéliser vos clients au fil du temps. Une solide plate-forme de clients vous aidera à développer votre entreprise.

### **Testez vos connaissances**

Vous venez de créer une entreprise de « Design Intérieur » spécialisée dans l'aménagement des petits espaces. Votre budget Marketing est très modeste. En faisant votre recherche personnelle, vous avez lu que l'Email Marketing peut être une solution efficace pour toucher une clientèle potentielle et la fidéliser.

- i. Comment élaborer une liste de contacts ?
- ii. Comment s'adresser à différents publics en fonction de leurs intérêts ?
- iii. Comment l'Email Marketing permet-il d'établir des relations avec vos clients potentiels ?