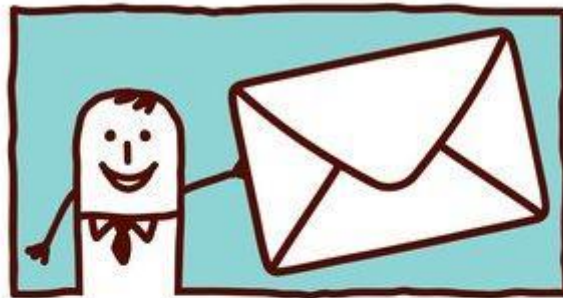


Tout savoir pour optimiser votre campagne d'e-mailing B to B



Sommaire

| | |
|---|----------|
| Comment créer votre propre base d'e-mails B to B ? | 2 |
| Comment développer votre base de données existante ? | 3 |
| Comment sélectionner le bon prestataire de fichier ? | 3 |
| Pourquoi investir dans des bases de données ? | 4 |
| Respecter les contraintes juridiques | 4 |
| En conclusion..... | 5 |

Tout savoir pour optimiser votre campagne d'e-mailing B to B

Votre campagne d'e-mailing B to B ne doit pas se résumer à un simple envoi de mail.

Les campagnes d'e-mailing B to B sont des moyens de communication en vogue, de part leur rapidité d'action et leur efficacité. C'est une prise de contact personnalisée qui permet de cibler les destinataires en fonction de critères préalablement définis. La teneur du message joue un rôle essentiel. Vous devez proposer aux destinataires un contenu pertinent et exclusif. La base de données utilisée doit être soigneusement analysée afin d'assurer la fiabilité de votre campagne.

Comment créer votre propre base d'e-mails B to B ?

L'utilisation de votre site web pour collecter des adresses e-mails est la première étape incontournable.

Votre site vous permettra de collecter un grand nombre d'adresses e-mails, de nom & prénom. Dans certains cas, vous pouvez demander le numéro de téléphone, la fonction et le nom de l'entreprise.

Voici quelques conseils pour créer votre propre base de données :

- 1. Proposer une inscription à votre lettre d'information :** les internautes recevront les nouveautés. Incitez-les également à recommander vos services à leurs proches via des liens d'invitation. Le prospect attend des vidéos et des images mais ne doit pas être, pour autant, surchargé d'informations.
- 2. Organiser un jeu ou un système de parrainage :** vous permettant ainsi de récupérer des adresses e-mails.
- 3. Mettre en place un programme d'affiliation et co-registation :** vous permettront d'obtenir des adresses qualifiées et informations en tous genres à moindre coût.



4. **Offrir la possibilité de télécharger du contenu** : les sujets des documents proposés doivent être en adéquation avec votre secteur d'activité.

Comment développer votre base de données existante ?

Pour conserver une base de données efficace et utile, il vous faut analyser et vérifier le contenu.

Comment répondre à cet objectif ?



1. **Contrôler les données obtenues** : cette phase souvent longue et fastidieuse est essentielle. Le traitement des données et la gestion des désabonnements apporteront à votre campagne une meilleure efficacité.
2. **Repérer les contacts inactifs** : après avoir isolé les adresses des contacts inactifs, il est conseillé de les solliciter avec une campagne spécifique, avec laquelle ils se sentiront davantage concernés.
3. **Segmenter les données** : la qualité de segmentation d'un fichier e-mail est un facteur clé. Votre base de données sera organisée par destinataires qui partagent les mêmes caractéristiques. Ainsi vos prospects recevront un message personnalisé. Il est important de cibler ses lecteurs.

Comment sélectionner le bon prestataire de fichier ?

Si vous optez pour l'achat ou la location de bases de données, prenez le temps de bien choisir le prestataire. De nombreux prestataires se sont lancés dans la vente ou la location de bases de données avec selon les prestataires plus ou moins de pertinence. A vous de choisir celui qui convient à vos critères.

1. **Commencer par lancer un appel d'offres** : l'ensemble des propositions reçues vous permettront de sélectionner le prestataire qui convient à vos attentes.
2. **Choisir un prestataire qualifié** : vos critères de choix porteront sur les qualités de conseils et d'analyses que peuvent-vous apporter les prestataires. Les outils qu'ils utilisent permettront également de juger de l'efficacité du prestataire.

Acheter ou louer des bases de données, deux solutions s'offrent à vous.

- **Le "Coût Pour Mille"** : le coût de départ est fixe, vous payez les adresses e-mails obtenues par pallier de 1 000.
- **Le "Coût Par Lead"** : le montant à payer varie selon les résultats de votre campagne. Le prestataire sera rémunéré en fonction du nombre de clics effectués, ainsi en cas d'échec vous ne lui devrez pas une somme importante.

Pourquoi investir dans des bases de données ?

Cet investissement est considéré comme un réel avantage commercial décisif. Les bases de données sont sans aucun doute une dépense utile. La plupart des acheteurs souhaitent augmenter d'une année sur l'autre le montant alloué à cet achat. La fiabilité et la disponibilité des bases de données est un atout majeur pour les acheteurs. Le prix est un critère de second choix.

Comment choisir un système d'envoi performant ?

Un système d'envoi performant vous évitera d'être "Blacklisté" par les fournisseurs d'accès internet. Les filtres anti-spam sont de plus en plus nombreux et efficace. Il existe deux types d'expéditeurs. Les expéditeurs de la "Whitelist" envoient des e-mails en masse en toute légitimité et ceux de la "Blacklist" sont considérés comme des spammeurs qui envoient des e-mails en masse illégitimement.



Les fonctions essentielles d'un bon logiciel :

- **Utilisation simple et intuitive**
- **Permet la création de messages personnalisable**
- **Propose un gestionnaire de liste et la fonction de répondeur automatique**
- **Mesure l'audience et l'impact de vos campagnes**

Respecter les contraintes juridiques

En ce qui concerne la collecte d'adresses en B to B, il est obligatoire d'obtenir le consentement du prospect.

Cette obligation est régie par la Loi sur la Confiance dans l'Économie Numérique, dont voici un extrait :

“ La loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (article L 34-5 du code des postes et télécommunications) interdit la prospection commerciale par courrier électronique «utilisant les coordonnées d'une personne physique » si cette personne physique n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des messages de cette nature. ”

Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

A titre d'information, voici les peines encourues en cas de non respect de ce principe. Dans un premier temps, un simple avertissement peut être prononcé et rendu public. En cas de récidive, une sanction pécuniaire d'un montant maximal de 150 000€ peut vous être demandée.

En cas d'attente grave aux droits et libertés, une juridiction compétente ordonnera les mesures de sécurité nécessaires.

En conclusion

La campagne d'e-mailing est un outil incontournable dans le cadre d'actions de communication. Afin d'optimiser l'impact de votre campagne, assurez-vous de la qualité de votre base de données, que vous l'ayez achetée, louée ou constituée avec vos propres informations. Le contenu du message et son objet à également toute sont importance. Le choix de l'objet est capital.

Les taux d'ouvertures, taux de clics (clics réalisés depuis l'email) et taux de transformation (action réalisée par un utilisateur sur votre site) vous aideront à analyser la performance de votre campagne.

Pensez à adapter le format des e-mails aux écrans de mobile. La majorité des internautes consultent leurs e-mails depuis leur mobile.





A propos de Fizeo

Notre entreprise Fizeo est présente sur le marché depuis 2006. Nous développons notre activité d'année en année, avec plus de 20 000 demandes de devis par mois. Fizeo est un portail d'intermédiation entre professionnels et particuliers. Les particuliers reçoivent jusqu'à trois devis gratuits.

Notre équipe sélectionne des professionnels chevronnés et qualifiés.

Contacts

1 Place Pierre Mendès-France
Immeuble Le Dorval
31 100 TOULOUSE

Tél : 05.47.74.78.10

Fax : 01.73.76.88.36

Courriel : contact@fizeo.com



**Faites dès à présent votre
demande de devis en ligne
sur www.fizeo.fr**