

Bien construire une newsletter

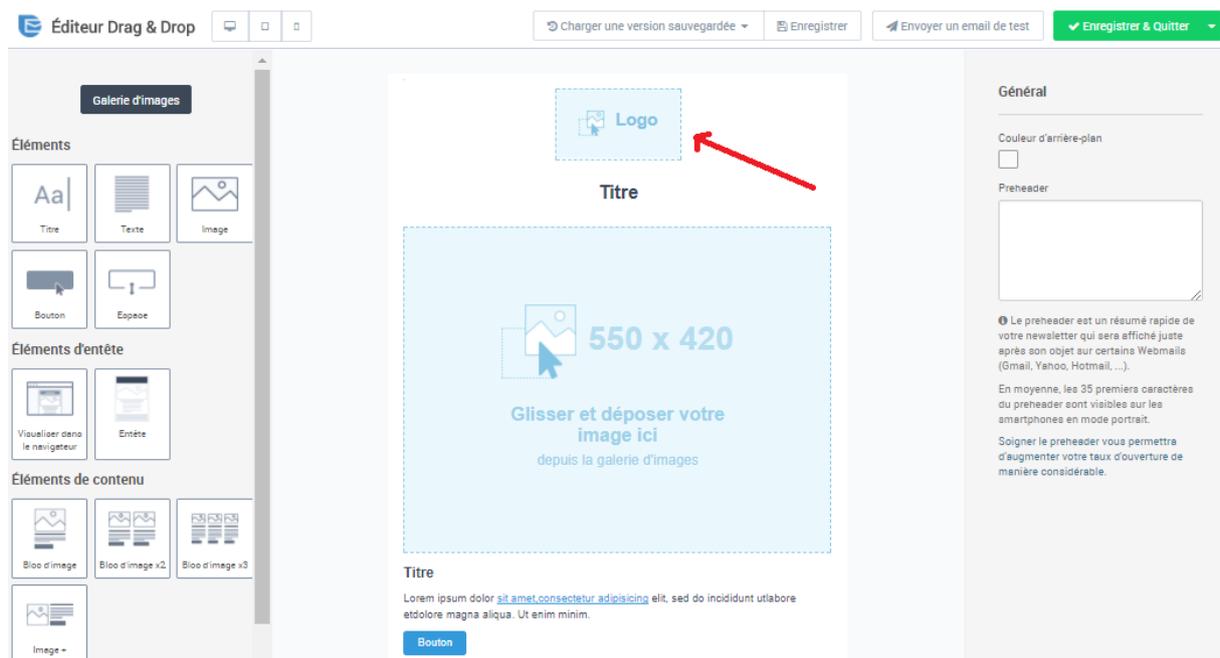
Voici quelques conseils pour créer une newsletter efficace avec l'éditeur Drag & Drop de Sendinblue (*source : Sensinblue*).

Adapter le design à son identité visuelle

Pour que votre newsletter soit plus crédible, elle doit refléter l'identité visuelle du site ou blog.

Un moyen simple de le faire est de toujours intégrer le logo de votre marque en haut de votre newsletter, afin que vos lecteurs puissent vous reconnaître immédiatement.

Le template par défaut de l'éditeur Drag & Drop de Sendinblue intègre un emplacement prévu à cet effet :



Pour le reste, utilisez les polices d'écriture et les couleurs adaptées à votre charte graphique. Vous pouvez importer vos propres polices dans Sendinblue.

Commencer par les éléments plus importants

Construisez votre newsletter sur le modèle de la pyramide inversée : votre message le plus important doit apparaître en premier.

La pyramide inversée est un principe de rédaction et de webdesign qui consiste à aller droit au but en révélant immédiatement les informations essentielles, avant d'aller progressivement dans les détails.

Lorsque vos contacts lisent votre newsletter, ils n'ont que très peu de temps à vous accorder. Ils reçoivent en effet beaucoup d'emails, et leur attention est sollicitée de toutes parts, que ce soit par d'autres newsletters ou par des messages personnels.

Vous devez donc faire en sorte que votre message le plus important apparaisse en premier : il peut s'agir d'une offre promotionnelle, d'une actualité ou d'un article de blog dont vous êtes particulièrement fier.

Mettez-le bien en évidence en haut de votre newsletter afin que vos destinataires n'aient pas à « scroller » pour le voir.

La ligne de flottaison est la ligne virtuelle en dessous de laquelle le contenu n'apparaît pas à l'écran à moins de « scroller » avec la souris.

Placez vos blocs les plus importants au-dessus de la ligne de flottaison et vos blocs accessoires en dessous. De cette manière, vos destinataires verront immédiatement vos meilleures offres et pourront scroller s'ils sont intéressés pour voir plus de contenus.

Soigner les call-to-action

Les call-to-action permettent à votre newsletter d'atteindre son objectif en incitant vos destinataires à interagir avec votre site.

Un call-to-action est un bouton qui incite votre destinataire à effectuer une action précise.

C'est un élément central puisque c'est lui qui permet de remplir l'objectif que vous souhaitez atteindre avec votre newsletter : générer du trafic, des ventes, des partages...

Pour qu'il soit efficace, votre Call-To-Action doit être bien mis en valeur :

- Choisissez une couleur qui tranche avec le reste de votre newsletter
- Choisissez un texte avec un verbe d'action (« Découvrez nos offres », « Je m'inscris » ...)
- Placez-le à un endroit stratégique !

Il se peut également que votre newsletter ait un objectif plus large, comme promouvoir plusieurs contenus qui pourraient intéresser le destinataire.

C'est le cas notamment des newsletters de blogs qui intègrent plusieurs articles, ou des marques qui souhaitent mettre en avant plusieurs catégories de produits.

Dans ce cas, les boutons d'appel à l'action sont particulièrement importants puisqu'ils permettent de renvoyer les lecteurs intéressés par tel ou tel élément vers la page correspondante de votre site.

Vos Call-To-Action permettent ainsi de mieux construire votre newsletter : vous économisez l'attention du lecteur tout en générant du trafic plus qualifié vers vos articles de blog ou vos catégories de produits.

Inclure des liens vers les pages sur les réseaux sociaux

Votre newsletter doit s'intégrer dans une stratégie de communication plus globale : intégrez des liens vers votre site et vos réseaux sociaux.

Lorsque vous créez une newsletter, vous devez garder à l'esprit vos objectifs plus larges : construire une communauté et fidéliser une audience.

Les réseaux sociaux sont également un canal incontournable pour garder le contact avec vos visiteurs et leur transmettre du contenu, alors pourquoi ne pas les intégrer dans votre newsletter. Vous pourrez ainsi récolter de nouveaux « fans » tout en donnant à votre newsletter une crédibilité supplémentaire.

Dans l'éditeur de newsletter de Sendinblue, il vous suffit de sélectionner le bloc « Réseaux sociaux » dans les éléments de pied de page.

Cliquez ensuite sur le bouton « éditer » symbolisé par un crayon pour faire apparaître les options dans la colonne de droite :



Il vous suffit de décocher les icônes dont vous n'avez pas besoin, de choisir un thème et de renseigner les url de vos profils sociaux. Pensez à ajouter un texte pour inciter vos destinataires à vous suivre sur les réseaux.

Optimiser l'apparence de la newsletter en boîte de réception

Optimisez l'objet, le preheader et le nom de l'expéditeur de votre newsletter pour être facilement identifiables par vos abonnés et maximiser votre taux d'ouverture.

Au-delà du contenu à proprement parler de votre newsletter (le corps de l'email), il est important de paramétrer avec soin les éléments qui apparaissent en boîte de réception avant l'ouverture :

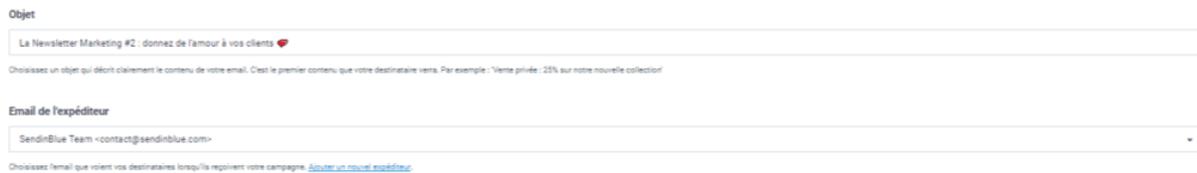
- L'objet
- Le preheader
- Le nom de l'expéditeur



Aperçu d'une newsletter en boîte de réception : expéditeur, objet et preheader

Ces éléments ont une influence capitale sur le taux d'ouverture de votre newsletter, puisqu'ils sont les premiers contenus à être vus par vos contacts et renseignent ces derniers sur le contenu de l'email.

Le choix de l'objet et du nom de l'expéditeur se fait à la première étape de la création de votre campagne (« Paramétrage ») :



L'**objet** de votre newsletter doit à la fois attirer l'attention de votre contact, lui donner une idée du contenu de l'email et le convaincre de l'ouvrir.

En raison de la forte proportion de consultation des emails depuis un appareil mobile, nous vous conseillons de ne pas excéder 50 caractères.

Le **nom d'expéditeur** est un élément qui devrait rester le même d'une newsletter à l'autre : ici, le but est de vous assurer que vos abonnés vous reconnaissent.

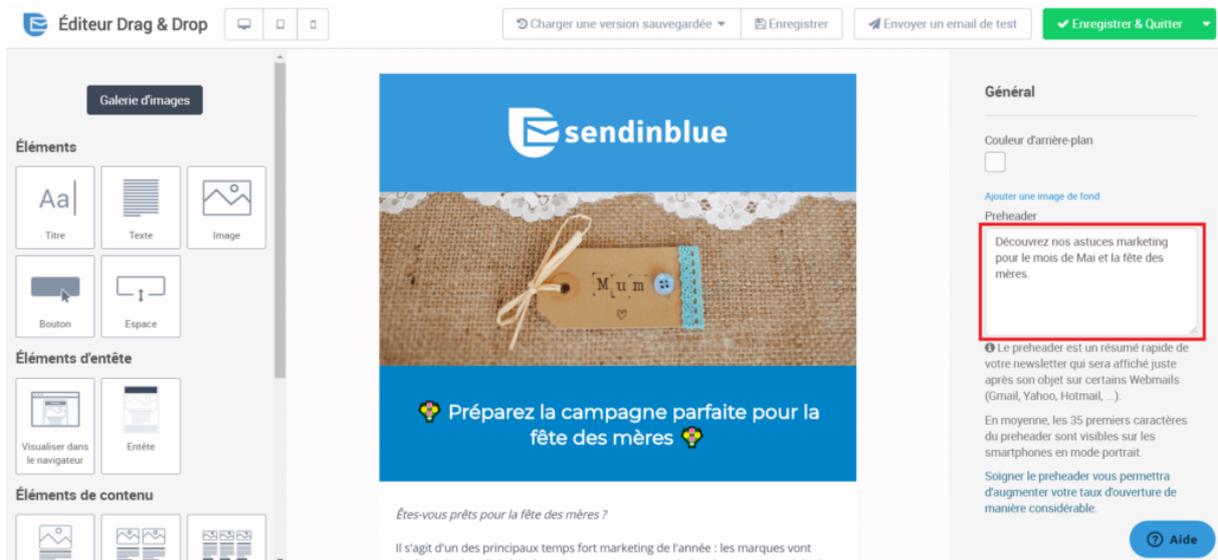
A vous de choisir un nom d'expéditeur plutôt formel ou plus humain.

Le **preheader** est un texte de prévisualisation qui apparaît généralement après l'objet d'un email en boîte de réception, destiné à donner un aperçu de son contenu.

S'il n'est pas paramétré, il est généré par défaut à partir des premières lignes de texte de votre email.

Le problème, c'est que ces dernières ne sont pas toujours celles que l'on souhaiterait mettre en avant.

Pour le paramétrer, il suffit d'éditer le champ prévu à cet effet dans l'éditeur Drag & Drop de Sendinblue (étape « Conception ») :



Tout comme pour l'objet, la taille du preheader est limitée sur mobile : en moyenne, seuls les 35 premiers caractères sont visibles sur un smartphone en mode portrait.

Optimiser la newsletter pour l'affichage sur mobile

À l'heure où plus de la moitié des emails sont ouverts sur mobile, il est indispensable d'optimiser vos newsletters afin qu'elles s'affichent parfaitement sur tous les terminaux.

Le temps d'attention des internautes est encore plus restreint lorsqu'ils sont sur leurs smartphone : on ne vous pardonnera pas le moindre faux pas. Un email qui s'affiche mal sur mobile fera plonger votre taux d'ouvertures et donc l'efficacité de vos campagnes newsletter.

Tous les template proposés par Sendinblue sont déjà en responsive designs c'est-à-dire optimisés pour l'affichage sur mobile.

Mais, il y a tout de même quelques éléments à prendre en compte :

- L'objet doit être court et percutant. Un objet trop long risque de ne pas s'afficher complètement sur mobile.
- Veillez à ne pas utiliser une taille de police trop petite pour que le texte reste lisible sur mobile – au moins 18 pixels.

- La luminosité de certains smartphones baissant avec la batterie, veillez à utiliser des contrastes de couleurs forts (éviter par exemple le contenu blanc sur fond gris).
- Réduisez au maximum la taille de vos newsletters afin qu'elles chargent rapidement sur mobile – évitez les pièces jointes et les images trop grandes.