

## Conseils pratiques pour construire votre newsletter ou e-mail commercial

1. Ne dépassez pas les 65 à 70 caractères par ligne (espaces, caractères ou signes compris), afin que votre lettre puisse être lue par toutes les boîtes mail.
2. Choisissez la bonne adresse e-mail d'envoi pour personnaliser la lettre afin que l'internaute identifie clairement son expéditeur (éviter une adresse du type : webmaster@dupontcompagnie.com).
3. Utilisez toujours le même objet de message. Il est recommandé aussi d'indiquer la date ou le numéro de la newsletter. Optez pour la date dans le cas où votre lettre est quotidienne. Le titre revêt une importance fondamentale, car, c'est au regard de son intitulé que l'abonné optera pour une lecture immédiate du message ou un envoi direct dans la corbeille. Évitez un titre trop long, ou avec trop de signes de ponctuations : il doit être clair, rapide à lire, et surtout accrocheur...
4. Proposez un sommaire en début de message pour que l'abonné repère plus facilement l'information qui peut l'intéresser.
5. Personnalisez au maximum ! Si vous possédez les prénoms de vos abonnés, n'hésitez pas à commencer la lettre par « Cher Jacques ».
6. N'oubliez pas de personnaliser également la signature : « Myriam Callara, directrice »
7. Essayez de diversifier votre contenu de manière à toucher un public large... sauf si votre audience est très spécialisée bien sûr. Faites, par exemple, un mélange d'informations spécialisées et grand public.
8. Dans les premières lignes, reprenez le titre de la newsletter, suivi d'un slogan qui reflète le mieux cette lettre. Exemple : « Conseils pratiques pour construire votre newsletter ou e-mail commercial »
9. N'oubliez pas de réserver un espace au désabonnement à la fin de la lettre, ainsi qu'un mail pour contacter votre société pour toute demande d'information.  
Concernant la procédure de désabonnement de l'internaute, préférez plutôt le désabonnement par un lien cliquable qui renvoie sur une page dédiée au désabonnement plutôt que par l'envoi d'un mail avec un sujet (désinscription, etc). Pour garder un internaute, il faut paradoxalement qu'il se sente libre de partir à tout moment. En plus, le désabonnement par lien cliquable est bien plus facile à gérer.
10. Si vous prévoyez d'insérer des encarts publicitaires dans vos lettres, choisissez des emplacements visibles mais pas trop voyants afin d'éviter la transformation de vos lettres en e-prospectus publicitaires.
11. Si vous possédez un forum sur votre site, n'hésitez pas à en mettre quelques extraits dans votre newsletter avec un lien direct vers ce forum pour inciter les abonnées à intervenir dans la discussion.
12. Si vous mettez en avant plusieurs produits, les liens cliquables doivent renvoyer directement sur la page du produit... Cela évitera à l'abonné de devoir chercher lui-même plus d'informations sur le produit en question, et vous aurez plus de chance de générer un achat !
13. Soyez synthétique, mettez en avant les informations intéressantes. Cela permettra au lecteur de survoler votre lettre avec plus d'aisance et de visiter votre site pour en savoir plus.
14. Évitez trop de majuscules, de ponctuations, de termes en gras : faites sobre.
15. N'oubliez pas non plus de respecter la Netiquette (règles de bienséances en matière de mails) lorsque vous enverrez votre newsletter : respectez l'internaute... et il vous le rendra !  
Pour tout savoir sur la Netiquette, allez sur [www.arobase.org](http://www.arobase.org), site dédié au e-mail sous toutes ses formes.

