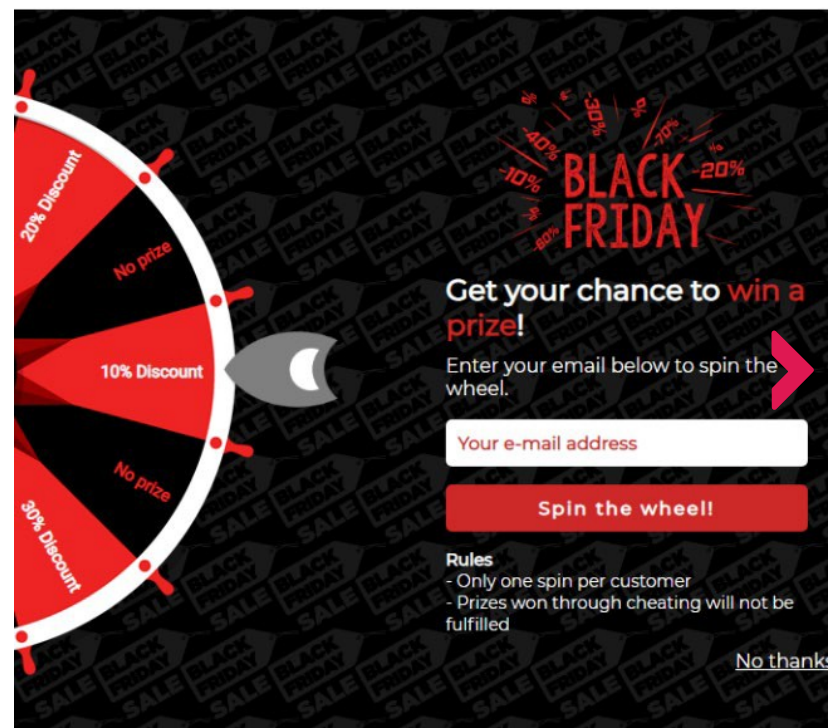


COURRIELS MARKETING

- Les courriels marketing sont encore considérés comme un des meilleurs moyens pour fidéliser et attirer des clients tout en les tenant au courant des dernières offres, des nouveautés et des événements de votre salon.
- Les courriels vous offrent la possibilité d'entrer en contact avec les clients d'une façon plus large et, mieux encore, peu dispendieuse!
- La question est la suivante : **à qui** envoyez-vous ces courriels et **comment** faites-vous pour rassembler les adresses courriel et le consentement sans susciter l'irritation?

LA MEILLEURE FAÇON DE CRÉER VOTRE LISTE DE DIFFUSION

- Soyez clair sur les avantages que vos courriels pourraient apporter aux abonnés.
- Créez un formulaire d'inscription au bulletin d'information avec [Zoho](#) ou utilisez [Listagram](#) sur votre site Web.
- Faites la promotion de votre formulaire d'inscription à l'aide d'un bouton d'appel à l'action sur la page Facebook de votre entreprise et dans la signature de votre courriel.
- Lorsque vous accueillez un client dans votre salon, assurez-vous de lui demander ses coordonnées ainsi que son consentement à l'inscription par une signature.
- Si votre caisse enregistreuse offre la possibilité d'envoyer un reçu par courriel, après chaque transaction, demandez à votre client à quelle adresse courriel vous pouvez envoyer le reçu et s'il accepte d'être inscrit en signant le formulaire.
- Faites un sondage en ligne sur Google ou SurveyMonkey dont la participation est récompensée par la chance de gagner un cadeau : les participants devront fournir leur adresse courriel et confirmer ou non s'ils souhaitent recevoir des offres promotionnelles.
- Faites des publications spécifiques sur les réseaux sociaux pour encourager l'inscription au bulletin d'information : offrez un bon d'achat ou un cadeau en échange.



SEGMENTEZ VOTRE PUBLIC

Chaque client est différent : créez du contenu personnalisé pour attirer leur attention

- Décomposez votre base de données en fonction de la date de leur dernière visite. Ainsi, vous pouvez cibler de manière différente les clients fréquents, les clients à risque (dernière visite il y a plus de 6 mois) et les clients perdus (dernière visite il y a plus d'un an).
- Envoyez des courriels spécifiques à chaque sexe avec des promotions et des informations sur des produits ciblées.
- Recueillez les dates de naissance et envoyez un souhait ou un cadeau d'anniversaire surprise.



LE MEILLEUR MOMENT POUR ENVOYER UN COURRIEL

Le mardi, le jeudi et le mercredi sont les meilleurs jours pour envoyer un courriel, dans cet ordre de préférence. Pour ce qui est de l'heure, plusieurs options existent :

À FAIRE

- de 6 à 8 h : car 50 % des gens commencent leur journée en lisant leurs courriels.
- de 10 à 11 h : le meilleur moment selon plusieurs études.
- de midi à 14 h : les nouvelles du dîner.
- de 18 à 21 h : fin de la journée de travail, lorsque les gens lisent leurs courriels dans les transports et qu'ils sont plus détendus pour consacrer du temps à des offres et promotions spéciales.

À NE PAS FAIRE

- de 22 à 6 heures : pendant la nuit, lorsque votre courriel ne sera pas lu immédiatement et qu'il sera occulté par les nouveaux courriels.



PROCESSUS DE 5 ÉTAPES POUR UNE CAMPAGNE RÉUSSIE

Étape 1 : Pensez aux objets de vos courriels

Étape 2 : Choisissez les bonnes images

Étape 3 : Rédigez un contenu de qualité

Étape 4 : N'oubliez pas d'ajouter un appel à l'action

Étape 5 : Terminez avec votre signature

Avant d'envoyer, assurez-vous de bien vous relire et envoyez des courriels de test.

Pour être conforme avec la nouvelle réglementation de confidentialité des données, un lien de désinscription doit toujours être accessible sur votre bulletin d'information

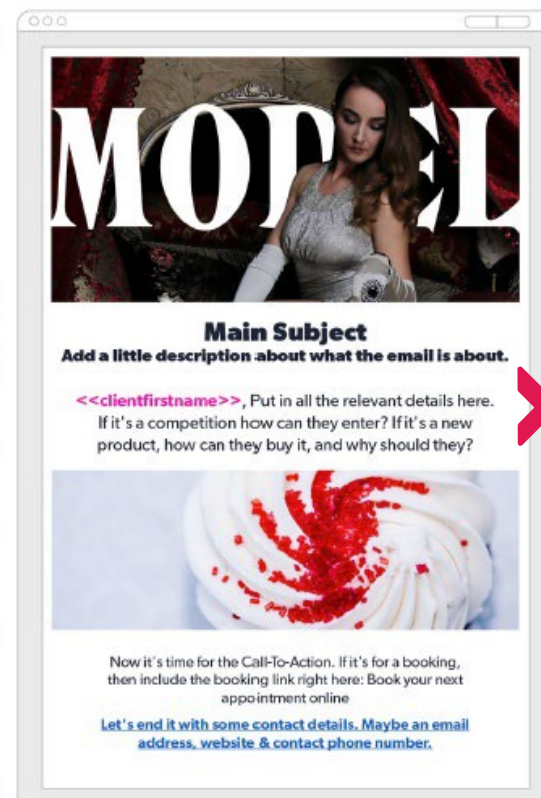
Une belle et grande image de premier plan

Un titre clair, amusant et pertinent

Salut, toi!
Personnalisez!


Texte trop lourd?
Ajoutez une image

L'appel à l'action est un **IMPÉRATIF**. Vous pouvez le placer plus haut dans le courriel si vous le souhaitez



Anatomie d'une campagne de courriel réussie

ÉTAPE 1 : LA RÉDACTION D'OBJETS PERCUTANTS

- 
- L'objet est un élément essentiel de votre campagne courriel, c'est comme une phrase d'accroche dans un bar. Si vous arrivez à attirer leur attention, qui sait où cela pourrait vous mener?
 - Assurez-vous autant que possible que l'objet et le contenu soient en rapport l'un avec l'autre.
 - Évitez d'utiliser des symboles de type pourriel (\$*!%@), écrivez dans un langage facile à comprendre et NE CRIEZ PAS.
 - Allez droit au but, 30 à 40 caractères est une longueur idéale.
 - Variez vos objets, car les clients ne cliqueront plus s'ils reçoivent constamment les mêmes objets.

Vous n'en reviendrez pas de ce qui arrive ce mois-ci

Nous revoici à cette période de l'année

Voici votre invitation VIP officielle pour la fête de lancement du produit

Salut, nous avons pensé que cela vous ferait plaisir...

Comment avoir l'air radieux cette semaine

5 soins que vous devez essayer



ÉTAPE 2 : CHOISIR LES IMAGES PARFAITES

NIOXIN.

LA MARQUE LA PLUS VENDUE¹ EN SALON,
POUR UNE CHEVELURE D'APPARENCE PLUS
VOLUMINEUSE ET PLUS ÉPAISSE²

- Choisissez les bonnes couleurs
- Montrez de vraies personnes
- Ayez conscience que le bonheur fait vendre : affichez des émotions positives
- Utilisez des images percutantes
- Choisissez des images ciblées
- Pensez d'abord au concept : choisissez les images après avoir rédigé votre contenu et assurez-vous qu'elles renforcent votre message



**NOUS REVOICI À CETTE PÉRIODE DE L'ANNÉE :
L'HIVER EST SYNONYME DE PELLICULES**

Ne laissez pas le stress vous envahir.
Essayez le système antipelliculaire NIOXIN Scalp Recovery

**ESSAYER
MAINTENANT**

ÉTAPE 3 : RÉDIGEZ UN CONTENU DE QUALITÉ

Définissez le but de votre courriel :

- À qui vous adressez-vous?
- De quoi parle votre courriel?
- Où souhaitez-vous amener votre client?
- Pourquoi envoyez-vous ce courriel?
- À quel moment ce que vous offrez sera-t-il disponible?
- Comment vos clients peuvent-ils se procurer votre offre?

The screenshot displays the System Professional website. At the top, the navigation bar includes links for 'GET MY ENERGYCODE', 'PRODUCTS', 'TREATMENTS', 'OUR WORLD', and 'SALON SUPPORT'. The main hero section features a collection of hair care products from the 'LUXEOIL' line, with a 'NEW' badge. Below the products, the text reads 'INTRODUCING THE NEW LUXEOIL LINE' followed by a description of the line's benefits and a 'COME VISIT US' button. A secondary section titled 'HEALTHY HAIR STARTS WITH A PERSONALIZED HAIR CARE ROUTINE' explains the 'EnergyCode' system and includes a 'FIND A SALON' button. At the bottom, there are two social media prompts: 'FOLLOW OUR FACEBOOK PAGE' and 'JOIN THE ENERGY MOVEMENT ON INSTAGRAM', each accompanied by an image of a smartphone displaying the respective app and a 'FOLLOW' button.

ÉTAPE 4 : AJOUTEZ UN APPEL À L'ACTION

- Pour que vos clients puissent prendre rendez-vous (réserver en ligne), assurez-vous d'insérer un lien
- Ou un bouton d'appel à l'action pour qu'ils puissent acheter un emballage au détail, une carte-cadeau ou un produit
- Assurez-vous que le bouton soit bien visible, facile à cliquer et qu'il transmette seulement une idée

PRENDRE RENDEZ-VOUS

ACHETER MAINTENANT

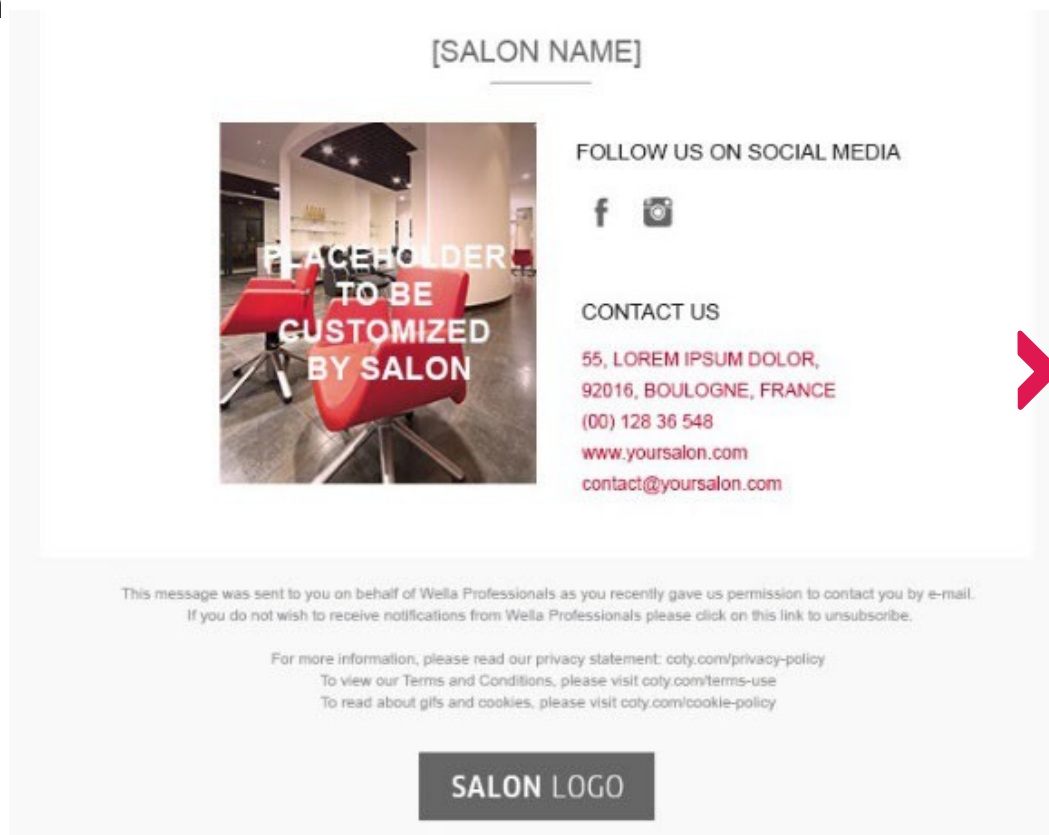
DÉCOUVRIR LE LOOK

LAISSEZ-VOUS INSPIRER

ÉTAPE 5 : ASSUREZ-VOUS QUE LA SIGNATURE DE VOTRE COURRIEL SE DÉMARQUE

La signature d'un courriel est un outil marketing puissant et peu coûteux. C'est l'équivalent de vos cartes professionnelles imprimées. Une bonne signature de courriel pour votre salon :

- Affiche l'identité de marque de votre salon (logo)
- Contient les liens vers votre site Web, vos réseaux sociaux et vos offres spéciales
- Récapitule toutes les coordonnées essentielles dans un format rapide à lire
- Est visuellement attirante
- Est cohérente dans toutes les boîtes aux lettres électroniques de votre salon



AVANT D'ENVOYER

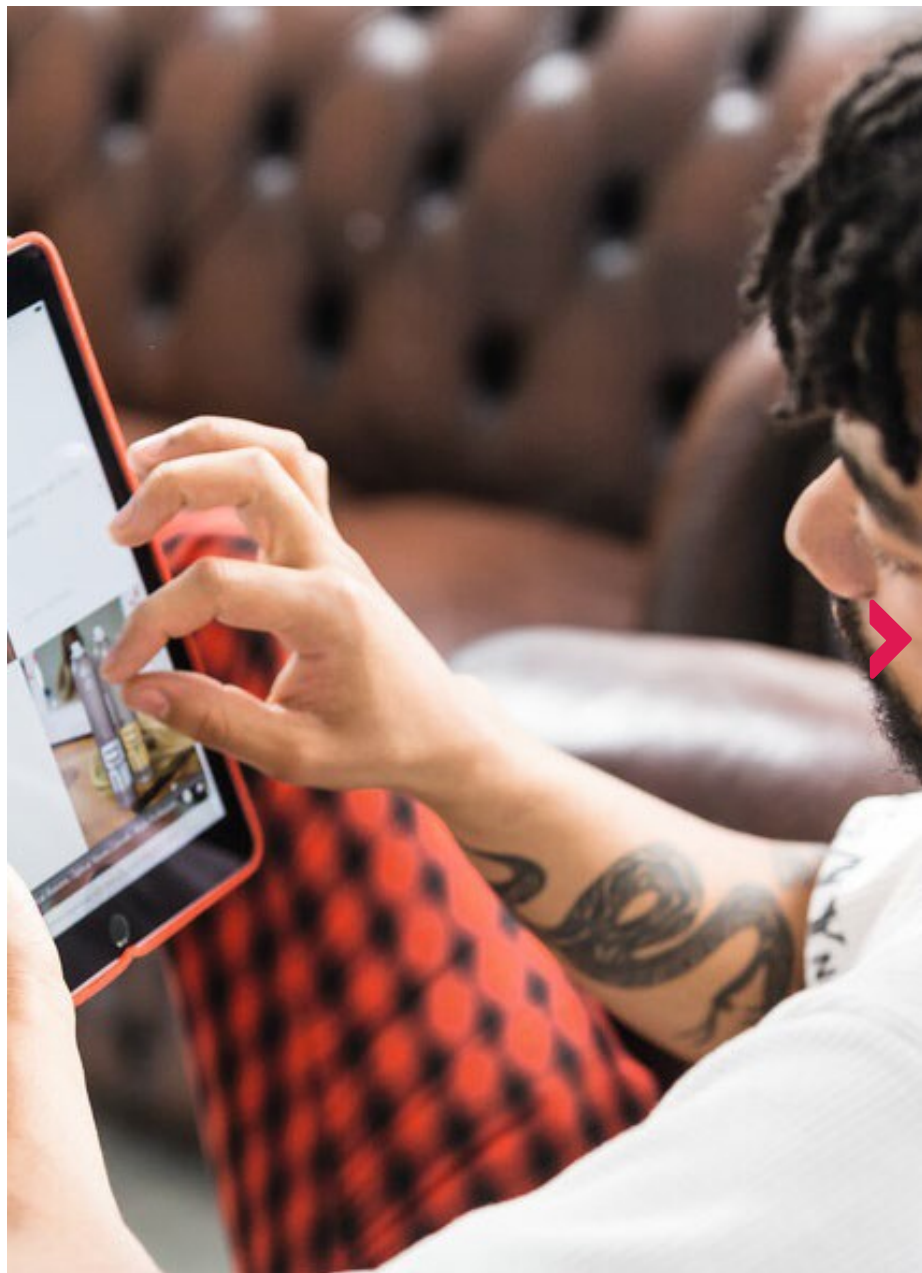
N'oubliez pas de relire, relire et relire encore!

Relisez-vous : utilisez des logiciels de relecture, imprimez votre courriel et relisez-le sur papier, en le lisant à haute voix ou à l'envers

Envoyez un courriel de test : vous pourrez ainsi mieux constater à quoi ressemble votre courriel dans la boîte de réception d'un destinataire

Faites-vous aider : demandez à un ami ou un collègue de relire votre campagne de courriel

Pour être conforme avec la nouvelle réglementation de confidentialité des données, un lien de désinscription doit toujours être accessible sur votre bulletin d'information



COMMENT ÉVITER D'ÊTRE CONSIDÉRÉ COMME UN POURRIEL

Vous trouverez ci-dessous des expressions particulières à éviter : tout ce qui sonne trop excessif ou qui crée un sentiment d'urgence

Vous avez été sélectionné	Chèque-cadeau	Appel	N'hésitez pas	Renseignements que vous avez demandés,
Donner	Garanti	Bonne affaire	Pour vous	Seulement maintenant, seulement pour, seulement
Pas de déception	Aucune embrouille	Offre, superbe offre	Instantané	Urgent
Aucune question posée	Pas destiné	Les meilleurs taux	Une fois dans une vie, période limitée	Ne pas supprimer
Sans condition	Vous êtes un gagnant!	Gratuit, cadeau offert, échantillon gratuit, devis gratuit	Période limitée	Nouveaux clients seulement
Par semaine, par jour	Prix	Accès	Promotion spéciale	L'offre expire
Produits en vente	Ils sont juste en train d'offrir	Maintenant, agissez maintenant, appliquez maintenant, appelez maintenant, commencez maintenant, commandez maintenant, obtenez maintenant, agissez maintenant	Appelez gratuitement	Veuillez lire
Gagner, gagné, gain, gagnant	Vacances	Envoyez votre candidature en ligne	Faites-le aujourd'hui	
Escapade de fin de semaine	Qu'attendez-vous?	Impossible de vivre sans	Jusqu'à épuisement des stocks, stocks limités	



WELLA