

S'il est un support de communication qui a fait ses preuves, c'est bien l'*email marketing*. Bien pensé, il reste l'un des canaux marketing les plus efficaces. Si les réseaux sociaux permettent d'attirer le prospect via une stratégie d'*Inbound marketing*, l'*emailing* va au contraire directement chercher la cible en lui proposant un contenu personnalisé.

Pour éviter qu'il finisse immédiatement dans la corbeille ou noyé sous une pluie de réclames pour des stores extérieurs motorisés, il faut prendre en compte cinq éléments essentiels :

Le premier est **le contenu**. Ce dernier doit être pertinent. Il ne doit pas être racoleur et doit informer sans détour.

Vient ensuite **le ciblage**. Il ne faut pas hésiter à bien segmenter sa base de données afin d'envoyer le contenu qui correspondra le mieux au destinataire.

Véritable élément de différenciation, **le visuel** permet également d'accrocher le regard de l'internaute et de le guider dans sa lecture tout en mettant en exergue les informations importantes.

Il faut également mettre en place **un « Appel attractif »**, pour offrir à l'internaute la possibilité d'en découvrir plus.

Enfin votre *emailing* doit être **adapté aux mobiles et aux tablettes** puisqu'au moins 30% des destinataires liront votre email depuis leur portable.

[Maxime Rozencwajg](#)