Réussissez vos mails de prospection

Prospecter par mail a l'avantage d'être simple, pratique et économique. Mais, pour être efficaces, les messages de vos prospections doivent être de très bonne qualité.

Certes, seulement 1% des destinataires en moyenne décrocheront leur téléphone, trois fois moins qu'avec un courrier postal. Mais l'opération coûte aussi beaucoup moins cher et il suffit souvent d'une commande significative pour la rentabiliser. Sans compter les retombées indirectes: un e-mailing astucieux permet d'accroître la notoriété de son entreprise à peu de frais. Cependant, la pertinence de votre propos et celle de votre site tiennent aussi une grande place dans l'impact de votre message et l'image du sérieux qui s'en dégagera.

L'objet du message

Pour commencer, il faut que votre mail soit attractif dès son objet. Car c'est le premier élément que votre lecteur verra. Il lui permettra de juger s'il est intéressant d'ouvrir le message ou pas. Généralement un objet de mail est lu cinq fois plus que le corps du message.

Très souvent il a dû vous arriver de ne même pas ouvrir un courrier électronique car l'objet était trop long ou tout simplement ne présentait aucun intérêt. Il ne faut pas que votre lecteur se retrouve dans la même situation.

Rédiger un objet d'e-mail évocateur est donc important. Il doit informer et utiliser des mots-clés qui permettent au destinataire de savoir de quoi vous parlez. Soyez concis (15 à 20 caractères car les logiciels de courrier électronique le tronquent souvent), et insistez sur le bénéfice pour le lecteur. Par exemple, «Comment réduire vos coûts de production de 20%?» ou «Augmentez vos marges bénéficiaires».

Le message

Vous êtes parvenu à générer un intérêt auprès du lecteur pour qu'il daigne lire votre message. A présent, il faut lui donner envie de prendre contact avec vous, de vous recevoir ou de visiter votre site internet. Dans cette optique, il est nécessaire de rassurer votre contact en respectant les quelques conseils suivants:

Personnalisez vos envois.

Une fois votre liste de prospects établie, prenez soin de

LES PIEGES A EVITER

- Ecrire des mots intégralement en lettres majuscules; une telle démarche est associée à l'idée de crier, de hurler ce que vous avez à dire.
- Utiliser des superlatifs, des phrases emphatiques ou exubérantes qui vous font passer pour un bonimenteur.
- Employer plus d'une ou deux tournures exclamatives.
- Abuser des smileys en tous genres ;-) :-(
- Faire un usage des caractères, tels que le $ qui sont souvent repérés et portent à croire que votre message a pour vocation de vendre directement quelque chose à votre lecteur.
- Utiliser les mots, tels que: promotion, gratuit, offert. En effet, ces mots-clés laissent présager une offre commerciale. Le message sera alors catégorisé en courrier indésirable (spam).

«Ne commencez jamais une lettre par «Nous», car il est probable que les lecteurs n'arriveront pas jusqu'au deuxième mot»

Yann Dolléans, TMC Afrique

personnaliser chaque e-mail pour augmenter les chances qu'il soit lu. Pour cela, commencez par segmenter vos cibles selon leur secteur d'activité et les fonctions de vos interlocuteurs: on ne s'adresse pas de la même façon à un directeur général, un directeur commercial ou un directeur des ressources humaines. Adaptez votre laïus à chaque cible. Plus vous personnaliserez vos messages, plus ils seront efficaces.

Utilisez un style direct et affirmatif

Evitez les formes passives et le conditionnel. Le style doit être simple et clair et doit utiliser le présent de l'indicatif pour rassurer le lecteur, laissez une impression de professionnalisme et capter d'emblée l'attention. Les phrases doivent être courtes et percutantes. Rédigez le texte en caractères minuscules (pas de majuscules et une seule police), ce qui lui donnera un caractère personnel. Surlignez les mots essentiels en gras.

Parlez de votre Client, Pas de Vous

Vous avez quelques lignes pour convaincre; vous les gaspillez si vous mettez l'emphase sur votre produit. Rappelez-vous que la principale préoccupation de votre client est de satisfaire ses besoins.

Le mot le moins engageant d'un mail de prospection est «Nous» et le mot le plus efficace est «Vous». Ne commencez jamais une lettre par «Nous», car il est probable que les lecteurs n'arriveront pas jusqu'au deuxième mot. Il s'agit de vendre des avantages - vos clients potentiels ne s'intéressent pas aux caractéristiques de votre produit ou service. Ils seront intéressés par la façon dont vos produits ou services peuvent leur être utiles. A titre d'exemple, modifiez la phrase «Nous pouvons former vos chargés de clientèle aux toutes dernières techniques de satisfaction» en «Le ratio de plainte de votre clientèle se réduira en formant vos représentants aux toutes dernières techniques de satisfaction».

Informez ou rappelez au client qui vous êtes

Faites une présentation brève rappelant qui vous êtes et ce que vous faites et donnez des références. Insérez un élément qui puisse rappeler que vous êtes une entreprise sérieuse et stable telle qu'une date de création, ou la mention d'appartenance à un groupe.

Terminez par une Action

Terminez votre mail en demandant une action spécifique. Par exemple, «Je vous contacterai mardi 18 novembre, à 10h du matin afin de fixer un rendez-vous». Et n'oubliez pas de mentionner le nom d'un contact avec ses coordonnées: numéro de téléphone et adresse mail.

Votre objectif est de prendre le lecteur par la main, afin de maintenir son attention de lignes en lignes, pour l'amener jusqu'à la prise de rendez-vous, voire la vente... Votre effort fourni pour rédiger des e-mails efficaces et performants sera récompensé aucentuple.

LES DETAILS TECHNIQUES A RESPECTER

- Veillez à ne pas dépasser les 60 caractères car, au-delà, certaines messageries n'afficheront pas l'intégralité de votre message.
- Eviter les caractères accentués dans les titres de message. Tous les logiciels 'client' de courrier électronique ne les gèrent pas de manière convenable.
- Eviter les chiffres et les caractères en lettres capitales susceptibles d'être bloqués par les filtres anti-spam.
- Ne pas incorporer de pièce jointe avec votre message. De peur d'infecter son ordinateur, le destinataire ne l'ouvrira pas. Optez plutôt pour un lien Internet qui renvoie directement sur votre site.
- Eviter d'insérer des photos dans le corps du message: certains systèmes de filtrage des spams bloquent les courriers qui contiennent des images.