

Retrouvez sur le site dédié les fiches



1 - Définir les objectifs du mailing/l'offre proposée

- Ex. : souscription de 15 PEL d'ici la fin du trimestre
- Ex. : placement de 5 nouveaux contrats complémentaire santé...

2 - Identifier la cible/effectuer le ciblage

- Ex. : les jeunes actifs de moins de 30 ans, non-possesseurs d'un Plan épargne logement
- Ex. : les commerçants/artisans, non-possesseurs d'une complémentaire santé dans votre agence...



3 - Rédiger le texte du mailing

- Commencer par une accroche percutante, le teaser (intrigant, effrayant, drôle...) pour attirer l'attention du client : « Savez-vous qu'un Plan épargne logement rapporte 3 fois plus qu'un livret ? »
- Identifier et mettre en exergue un des problèmes du client (ce qu'il perd, une situation difficile...).
- Présenter rapidement la solution que vous lui proposez, l'offre. « Pourtant, avec la MMA, la prise en charge de tous les membres de votre famille est assurée... ».
- Indiquer des recommandations (chiffres sur le produit/service pour prouver qu'il est le meilleur) : « 2 millions d'entreprises l'utilisent tous les jours... ».
- Montrer les bénéfices apportés par le produit (argumentation).
- Intégrer des témoignages.
- Indiquer quelle est votre offre de manière détaillée. « Pour seulement 50 € par mois... ».
- Rassurer le client (offre d'essai, un satisfait ou remboursé...).
- Indiquer un délai maximum pour profiter de l'offre, pour inciter à l'action. « Attention, cette offre est valable uniquement jusqu'au..., alors faites vite et contactez-nous au... ».
- Ajouter une petite remarque pour rappeler l'urgence.
- Mettre un post-scriptum (élément lu dans un mailing), y ajouter une offre supplémentaire, un bonus, un cadeau. PS : « Si vous commandez avant le..., vous recevrez gratuitement... ».