

## Conseils pour la promotion par email

Le courrier électronique, les courriels ou plus communément appelés emails, est l'une des méthodes populaires de la communication moderne. Grâce aux emails, vous êtes en mesure de composer, envoyer, stocker et recevoir un grand nombre d'informations et de messages. En outre, vous êtes également en mesure de joindre des fichiers informatiques tels que des images, des fichiers audio, des documents texte, etc. Grâce à vos emails, ce qui en fait un des outils les plus efficaces pour changer des informations. L'utilisation du courrier électronique est pas seulement utile pour des fins personnelles, mais aussi pour des fins commerciales. En parlant de changements commerciaux, l'email est aujourd'hui l'outil le plus utilisé. Il est donc important de développer rapidement un fichier de prospect et de clients afin de valoriser votre entreprise. Ensuite, l'envoi régulier d'informations à des personnes qui les ont demandées vous permettra d'établir une relation avec elles pour plus tard les convertir en clients par la promotion de vos produits. Cependant, il y a des règles dans cette méthode. Tout d'abord, vous ne devez pas envoyer de courriels à des personnes qui n'en ont pas fait la demande. Ce qui ne veut pas seulement dire que vous ne devez pas récupérer des adresses par-ci, par-là, sans que les personnes aient répondu à une offre particulière, cela veut aussi dire que vous ne devez pas mélanger vos différentes bases de données. Si certaines personnes souscrivent à une de vos lettres d'informations concernant les voyages pas chers, n'allez pas leur envoyer une information sur une méthode pour gagner de l'argent. Ensuite, il vous faut être régulier dans la séquence d'envois de vos emails. Si vous promettez une information mensuelle ou bimensuelle, faites en sorte d'envoyer en respectant cet intervalle. Si vous n'avez pas encore établi une fréquence, faites des tests et lorsque vous avez fini la fréquence identifiez-la. Vous serez de ce fait en mesure d'attirer davantage de clients potentiels, car ils sauront quand ils recevront une information de votre part. En dehors de ces règles, il vous faudra vite trouver un moyen d'automatiser l'envoi de ces emails avec le développement de votre liste. Certains imaginent toujours pouvoir gérer une liste de quelques abonnés manuellement, mais n'y pensez plus lorsque votre liste commencera à compter plusieurs dizaines de personnes. Autant faire les bons choix dès le départ, ceci vous évitera plus tard de demander à vos abonnés de se réinscrire sur votre service d'envoi d'emails. Ce service est communément appelé un [auto-répondeur](#). Il permet avant tout d'enregistrer vos abonnés, mais aussi gérer les séquences d'envois. Vous n'avez qu'à paramétrer les différents emails que vous souhaitez expédier et dès qu'une personne s'inscrit, elle déclenchera automatiquement l'envoi des emails que vous avez paramétrés et aux intervalles que vous aurez définis, et ce, sans que vous ayez à intervenir. Vous avez également compris l'intérêt de ce service, mais il en a d'autres. Un bon service d'auto-réponse propose également un gestionnaire de formulaire lié à la liste que vous souhaitez développer. Une fois votre liste créée et vos emails paramétrés, il ne vous reste plus qu'à récupérer un bout de code pour l'insérer sur votre page d'inscription. C'est ce bout de code qui déclenchera tout le processus d'envoi à chaque inscription d'un nouvel abonné. Tout bon service d'auto-réponse propose aussi un service de suivi. N'hésitez pas à vous en servir afin de contrôler quels sont les emails ouverts ou lus, mais aussi pour savoir sur quels liens contenus dans vos emails vos abonnés auront cliqué. En suivant ces quelques points clés de départ, vous serez rapidement en mesure d'atteindre vos objectifs. N'oubliez pas d'intégrer vos abonnés à votre contenu.

## About the Author

Saussaye Christophe [7 business complets pour 20€ par mois ... Votre Boutique Gratuite en Quelques Clics](#)

Source: <http://www.secrets-de-comment.com> | [Formation Marketing](#) | [NetConcept](#). droits de revente