

Formation proposée par :

www.sg-autorepondeur.com/blog



SG Autorépondeur
Votre marketing prend vie

Pour le spécialiste...

Chapitre I

Comment optimiser l'heure et le jour de vos envois d'emails ?





Exercice I

Pour le spécialiste...

- **A quelle heure avez-vous l'habitude d'envoyer vos emails à vos prospects, clients, fournisseurs ou partenaires ?**

« 8h car je pense que les premiers emails reçus sont davantage lus »

« Quand j'ai le temps »

« Vers 12h »

« Dimanche à 7h pour être sûr que la personne lise »

« Vers 11h – 11h30 »

« A 12h car je pense que les personnes consultent entre midi et 14h »

« Vers 17h avant le Weekend »

« Entre 9h et 13h »

* Ces réponses ont été données par des participants à une conférence organisée sur ce thème.





Exercice 2

Pour le spécialiste...

- **A quelle heure avez-vous l'habitude de consulter vos emails ?**

Jean :

« Je suis à la retraite, je consulte mes emails toutes les heures. »

Daniel :

« Toutes les 15 mn pour répondre rapidement aux clients. »

Ginette :

« Je suis formatrice, je consulte mes emails à 9h à mon arrivée et à 16h avant mon départ. »

Nicole :

« Toute la journée, je travaille sur mon ordinateur à domicile. »

Alfred :

« 8h car je pense que les premiers emails reçus sont davantage lus »

Stéphane :

« Le matin avant de commencer mon travail. »

* Ces réponses ont été données par des participants à une conférence organisée sur ce thème.





Introduction

Pour le spécialiste...

- **L'heure et le jour d'envoi que vous programmez doit dépendre de l'heure et du jour auxquels réagissent vos abonnés.**
- **En règle générale 10 %* de vos destinataires vont ouvrir vos emails peu après leurs réceptions, les autres le feront en fonction de leurs propres disponibilités.**

**10 % est une information non exhaustive car cela dépend de votre marché.*

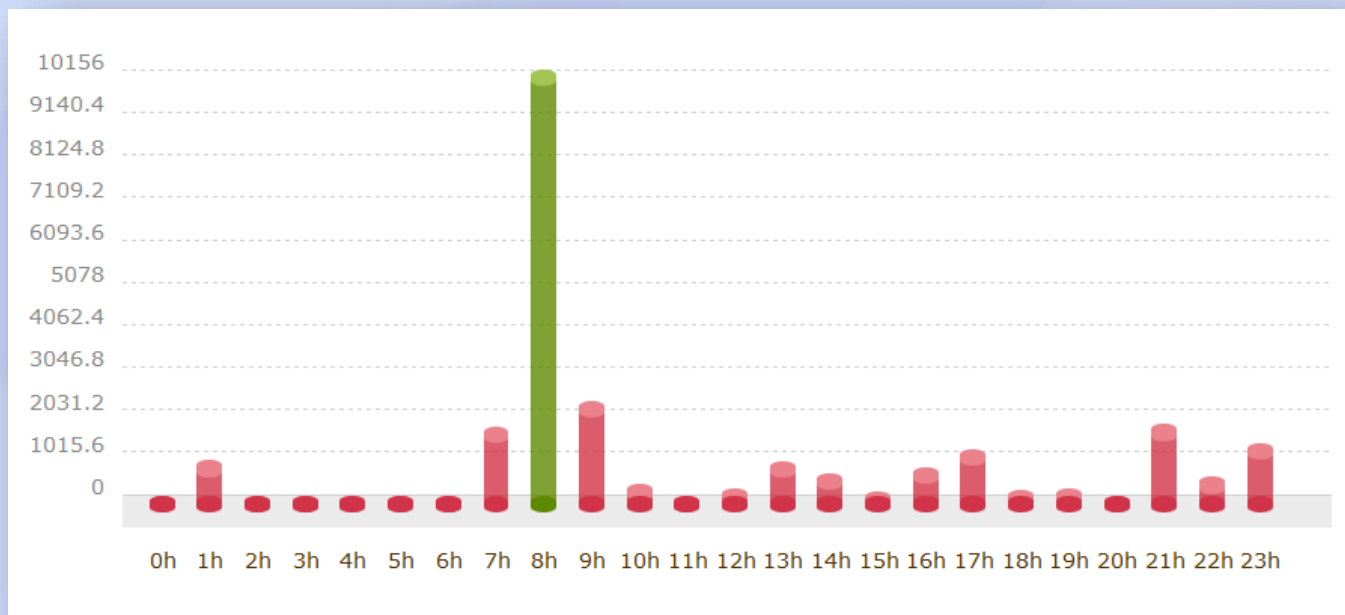




Ex. I, un horaire bien choisi

Pour le spécialiste...

Heures d'envois



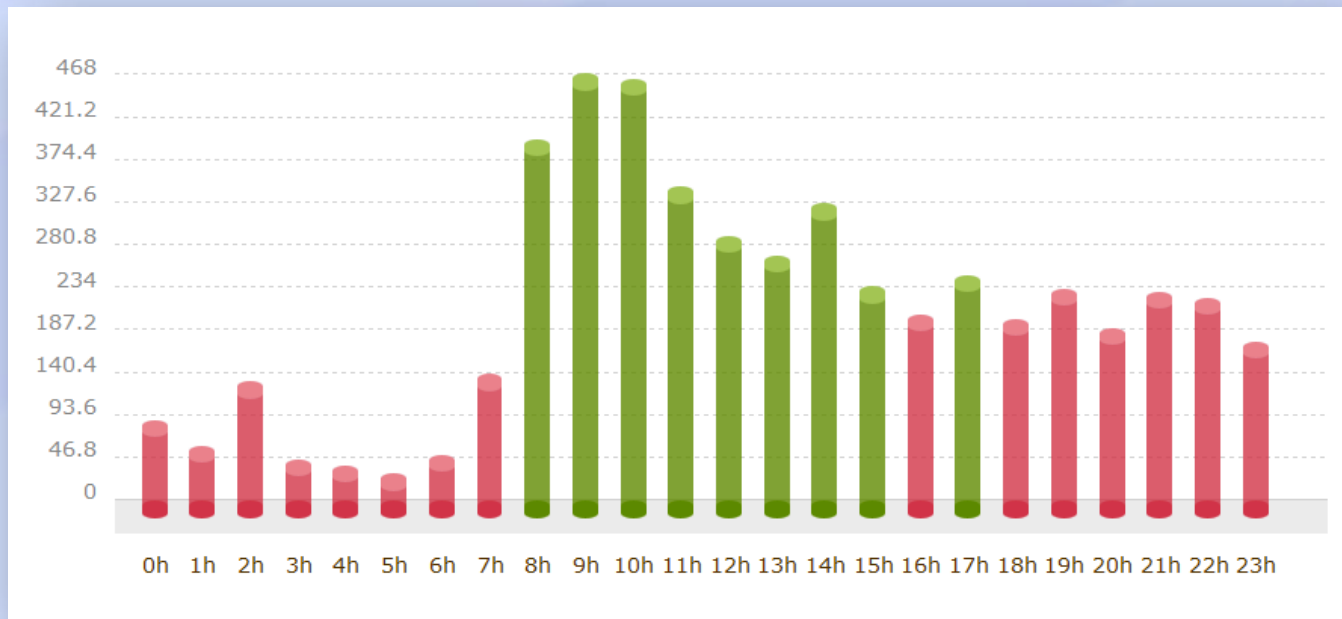
**Sur cette liste,
les envois sont
effectués le plus
souvent pour 9h.**



Ex. I, un horaire bien choisi

Pour le spécialiste...

Heures d'ouvertures



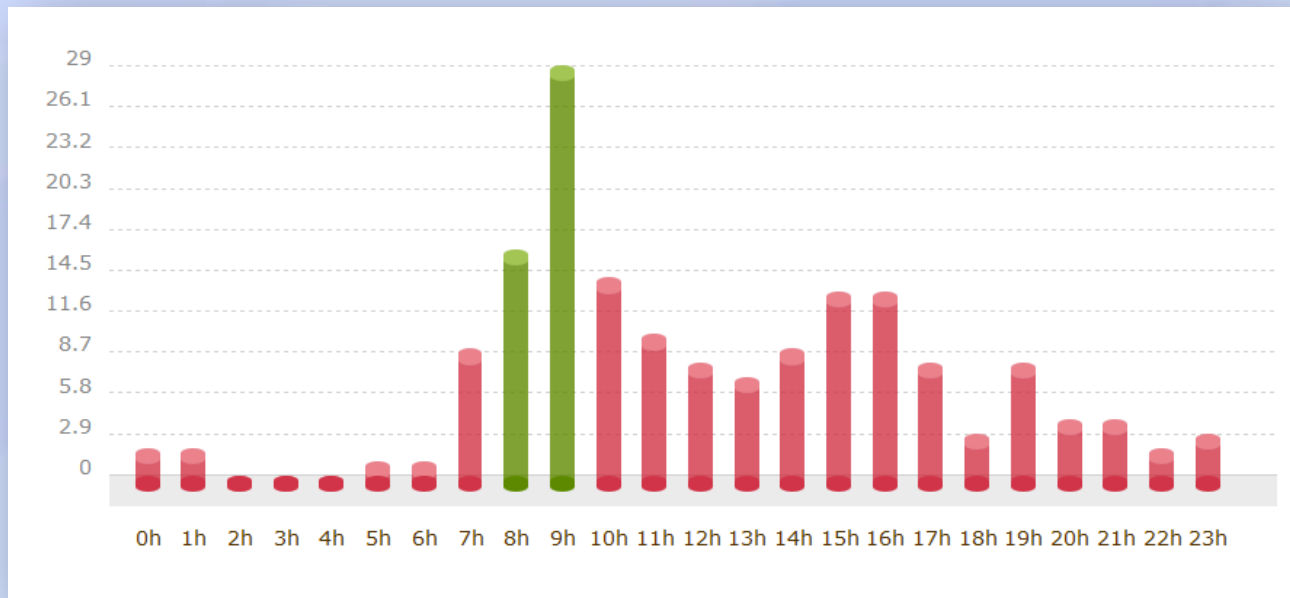
La majorité des ouvertures s'effectue dans les 3 heures qui suivent l'envoi.



Ex. I, un horaire bien choisi

Pour le spécialiste...

Statistiques des clics



La majorité des clics dans les emails sont font également peu après l'heure d'envoi.

CONCLUSION : L'horaire d'envoi choisi par ce client est optimisé.

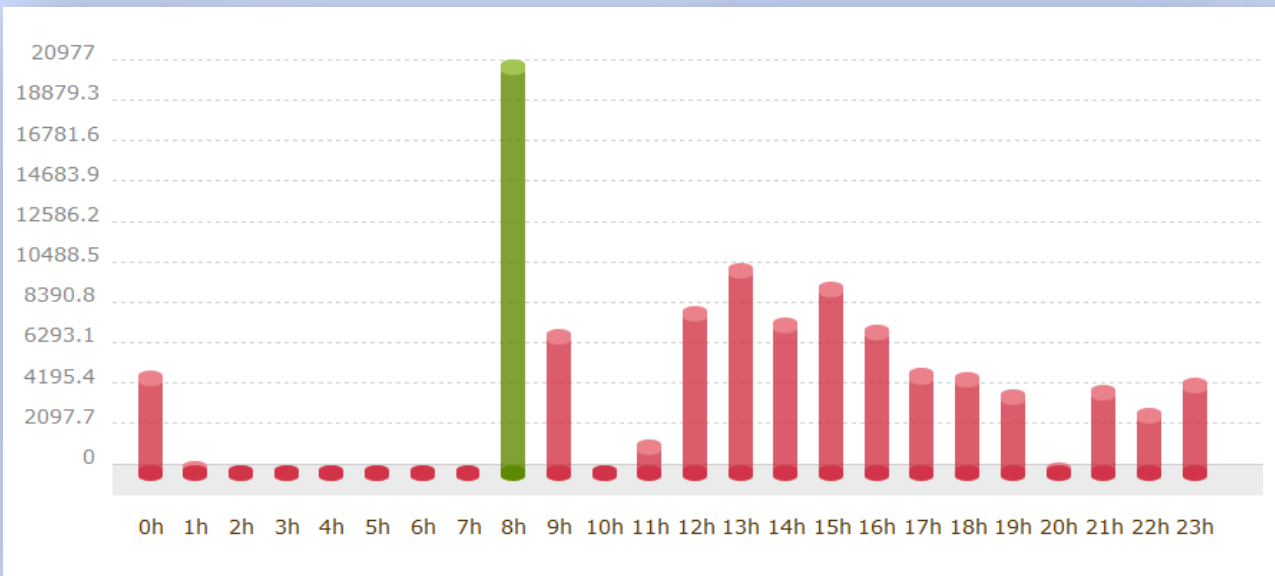




Ex. 2, un horaire mal choisi

Pour le spécialiste...

Envois



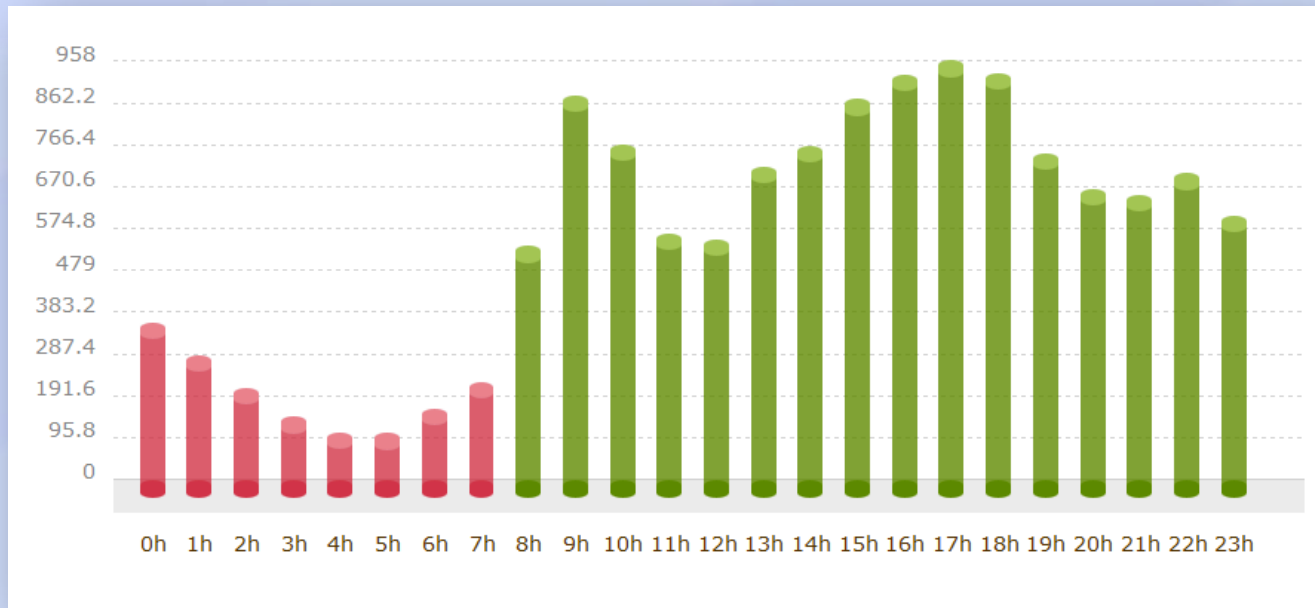
Sur cette autre liste du même expéditeur, les envois sont effectués pour 8h principalement.



Ex. 2, un horaire mal choisi

Pour le spécialiste...

Ouvertures



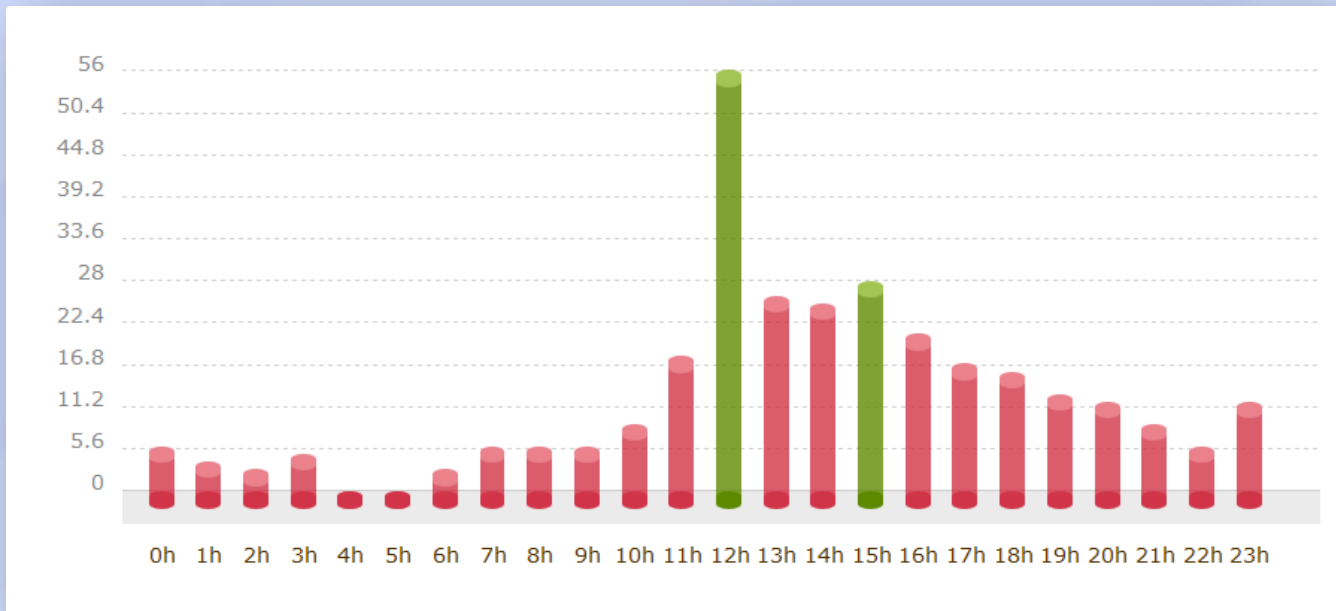
Cependant, la majorité des ouvertures s'effectue en fin d'après-midi.



Ex. 2, un horaire mal choisi

Pour le spécialiste...

clics



Mais encore, les destinataires qui sont le plus intéressés et qui cliquent sur les liens, le font surtout à midi ou en début d'après-midi.

CONCLUSION : L'horaire d'envoi devrait se situer soit à 11h, soit en milieu d'après-midi.

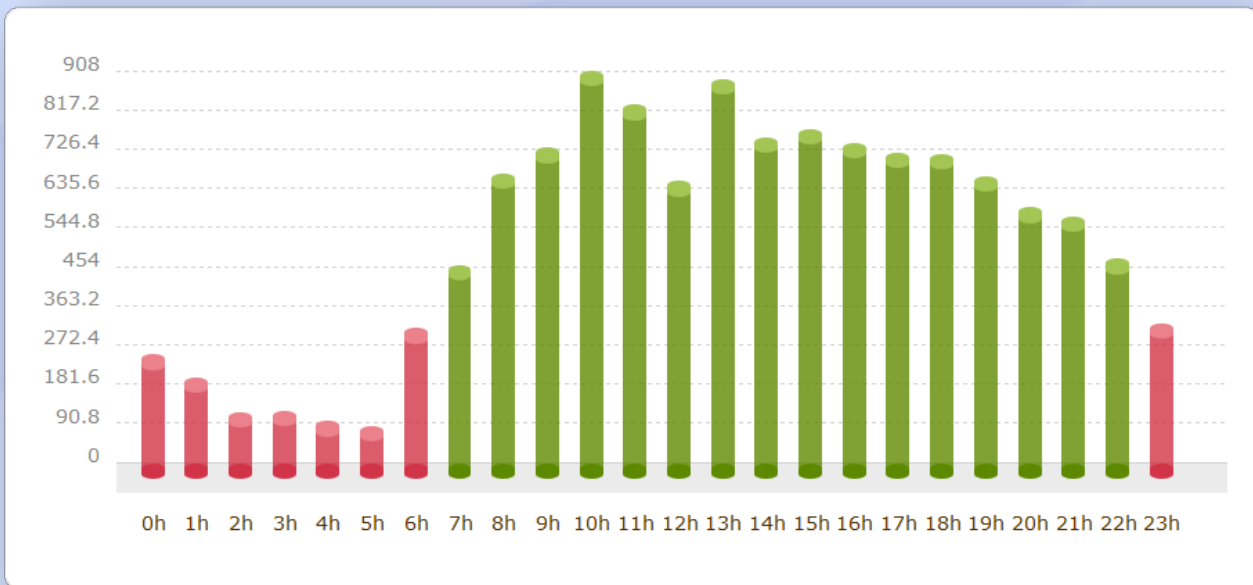




Les différents profils, cas n°1

Pour le spécialiste...

Cas n°1 : les retraités.



Ces emails sont adressés particulièrement à des retraités dans le secteur du développement personnel. On peut constater que la lecture des emails est effectuée tout au long de la journée.

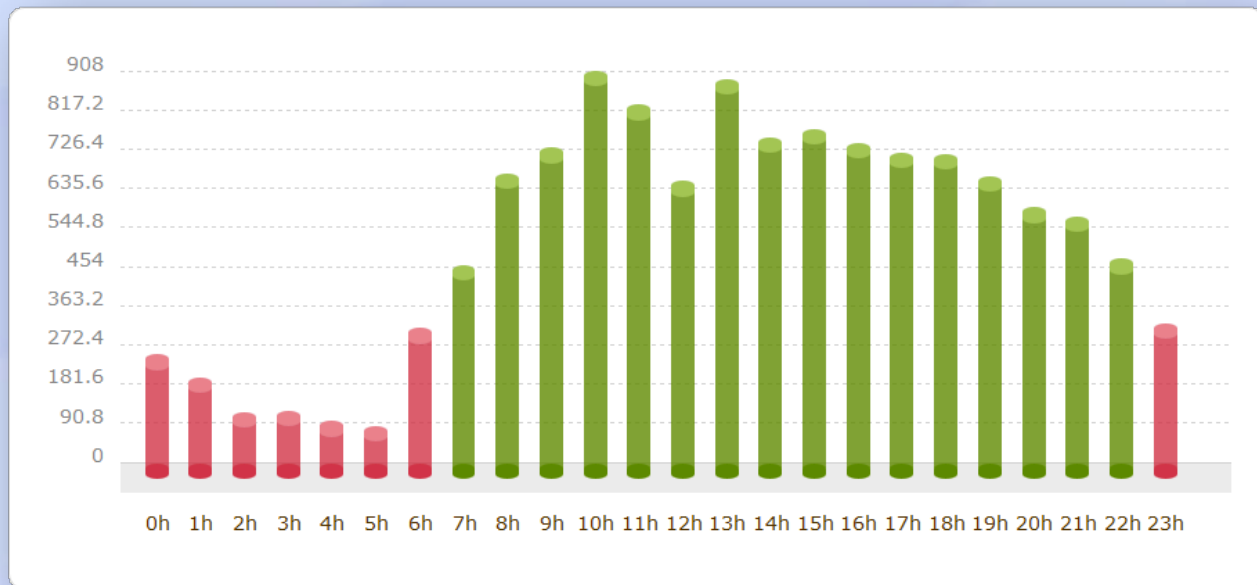
Note : Les envois ont été programmés à différentes heures.



Les différents profils, cas n°2

Pour le spécialiste...

Cas n°2 : les professionnels de santé.



Ces emails sont adressés particulièrement à des professionnels du secteur dentaire. On peut constater que la lecture des emails est effectuée principalement à l'ouverture du cabinet.

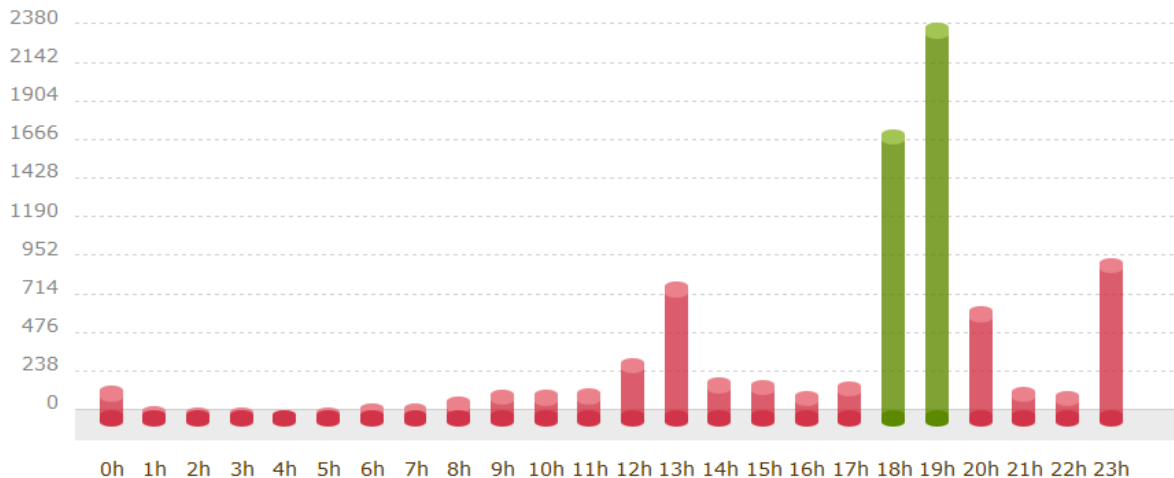
Note : Les envois ont été programmés à différentes heures.



Les différents profils, cas n°3

Pour le spécialiste...

Cas n°3 : les salariés, ouvriers.



Ces emails sont adressés à des passionnés de jeux concours sur internet. On peut constater que la lecture des emails est effectuée à la fin du travail, chez soi avant le diner.

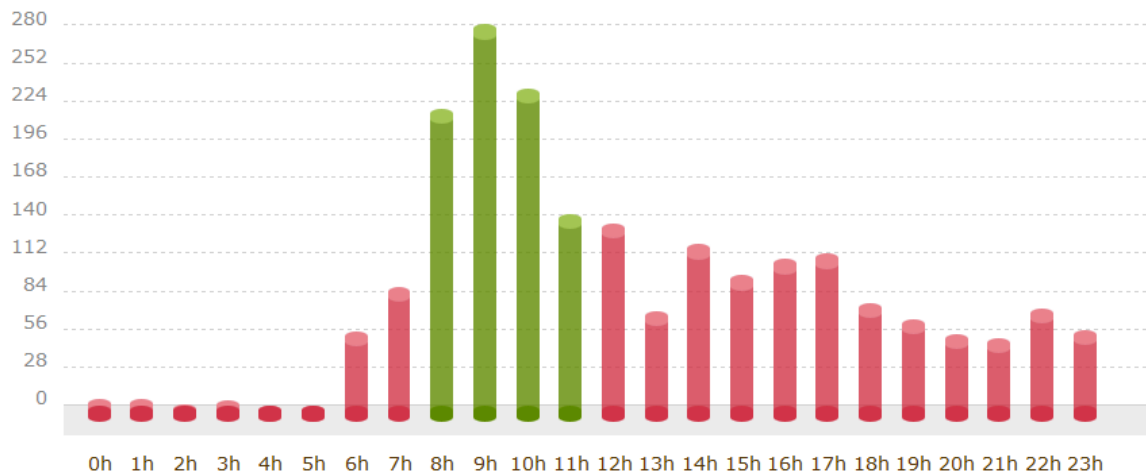
Note : Les envois ont été programmés à différentes heures.



Les différents profils, cas n°4

Pour le spécialiste...

Cas n°4 : les dirigeants de grandes sociétés..



Ces emails sont adressés particulièrement à des dirigeants de grandes sociétés. On peut constater que la lecture des emails est effectuée principalement à l'ouverture des bureaux.

Note : Les envois ont été programmés à différentes heures.



Et vous ? Votre horaire est-il bien choisi ?

Pour le spécialiste...

- ❖ Vous communiquez avec quel type de population ?
- ❖ À quelle heure effectuez-vous vos envois réellement ?
- ❖ À quelle heure vos destinataires réagissent-ils ?

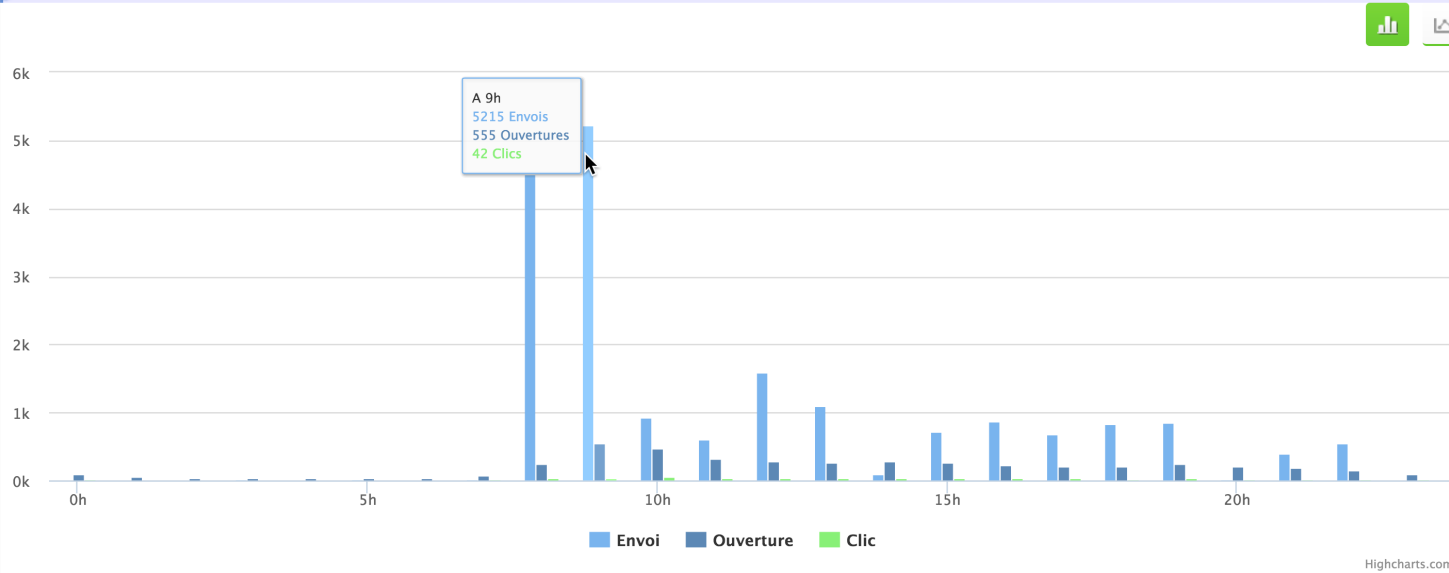




A quelle heure vos abonnés réagissent-ils ? Pour le spécialiste...

Statistiques sur les envois que vous effectuez

Toutes les informations sont affichés pour toutes les listes confondues.



- Vous effectuez le plus souvent vos envois vers 9 heures (Paris).
- Vos abonnés lisent vos emails le plus souvent à 9 heures (Paris).
- Vos abonnés cliquent sur les liens de vos emails le plus souvent vers 10 heures (Paris).

Allez dans le menu complet puis « Mes statistiques ».

Cliquez alors sur « Sur mes contacts », puis sur l'icône « meilleures heures d'engagement ».

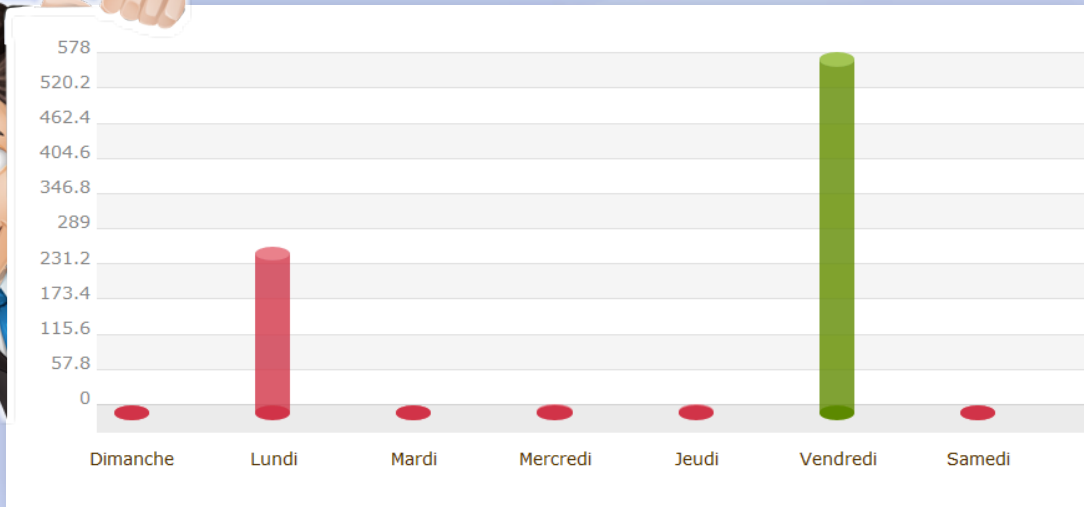
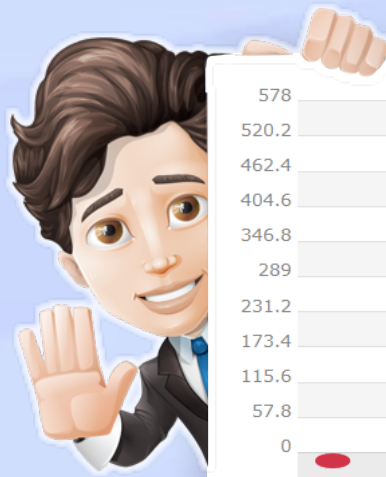




Exemple 1 : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les envois



Ce client vend des huiles cosmétiques.

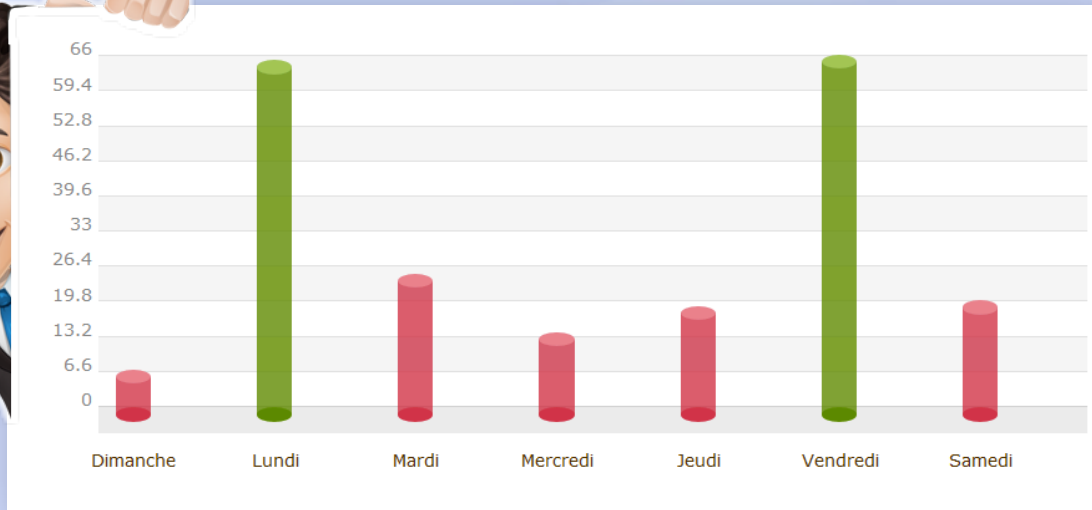
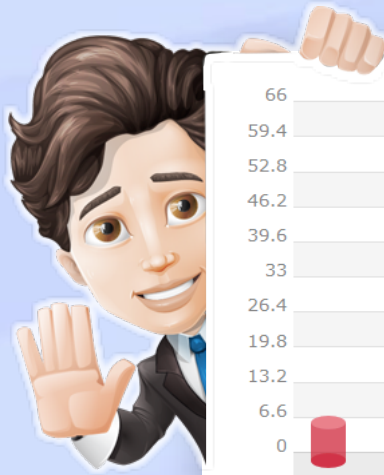
Il effectue ses envois principalement le vendredi et très peu le lundi.



Exemple 1 : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les ouvertures



On constate que les emails sont ouverts surtout le Vendredi mais aussi beaucoup le Lundi.

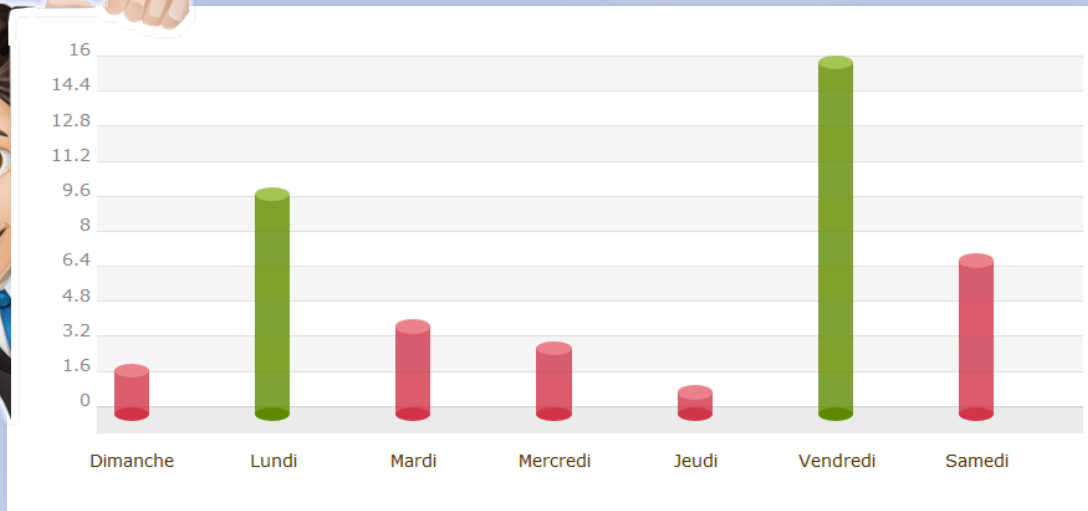
Question :
Est-ce que l'heure d'envoi est bonne ?



Exemple 1 : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les clics



Mais encore, les destinataires qui sont le plus intéressés et qui cliquant sur les liens, le font surtout le vendredi.

Réflexion :

On peut imaginer 2 possibilités :

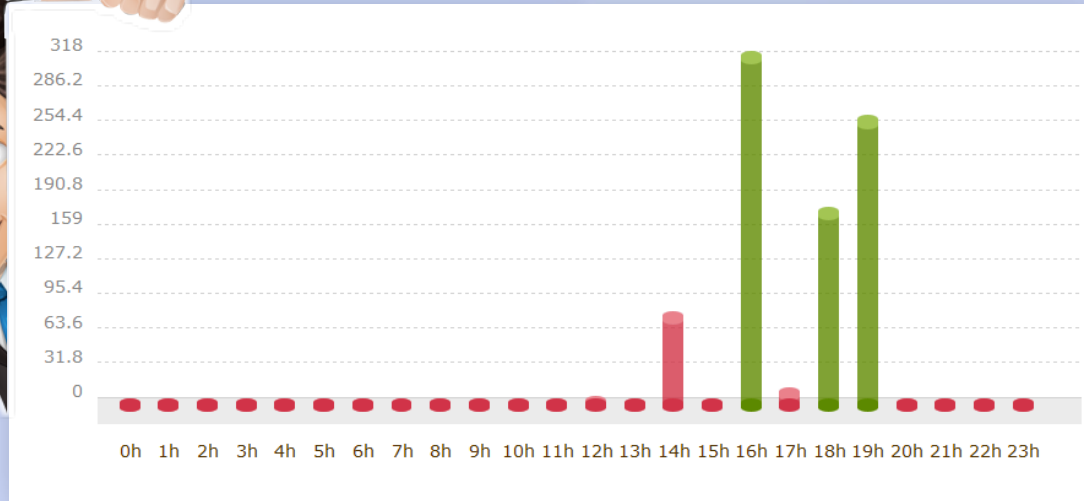
- L'heure d'envoi est mal choisi.
- Ses destinataires se répartissent en 2 profils.



Exemple I : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les envois



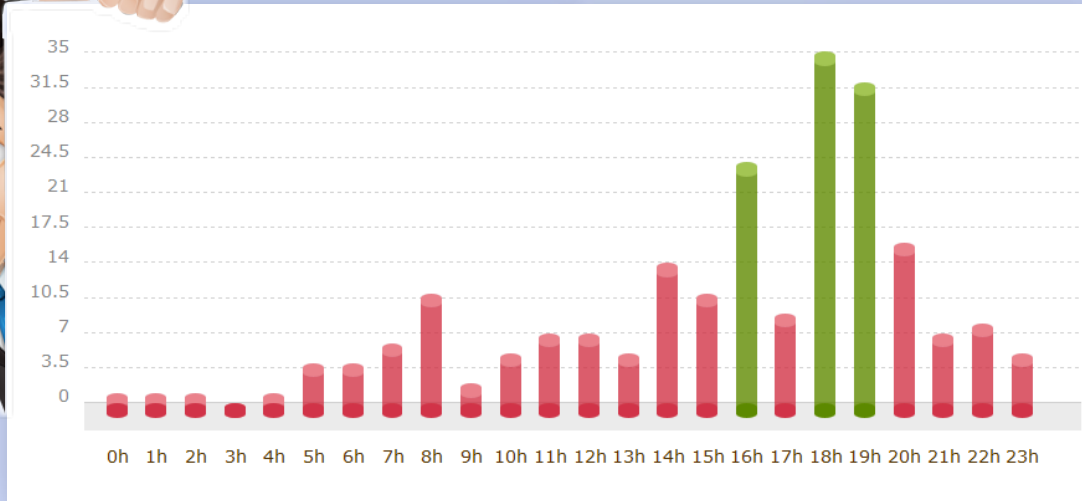
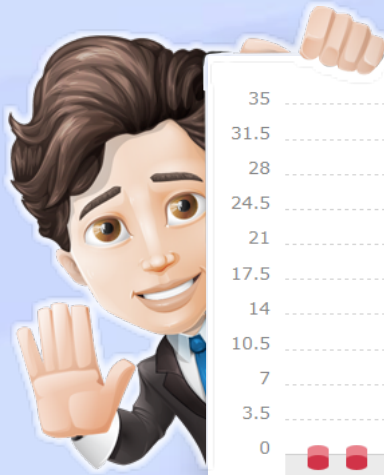
Donc, il choisit d'envoyer ses emails en fin de journée de 16h à 19h30.



Exemple 1 : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les ouvertures



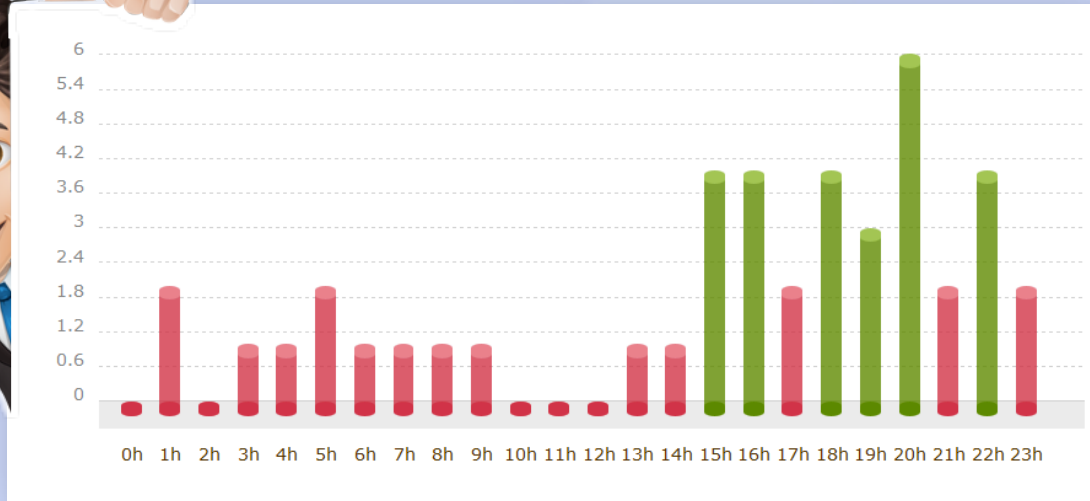
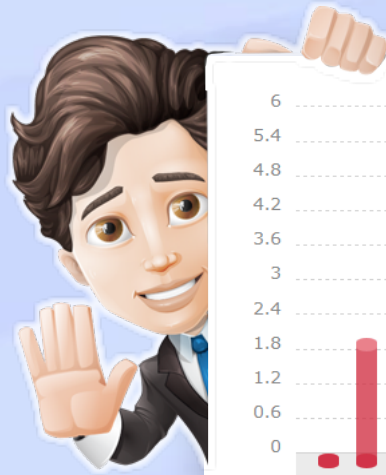
Les destinataires ouvrent aux mêmes horaires.



Exemple 1 : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les clics



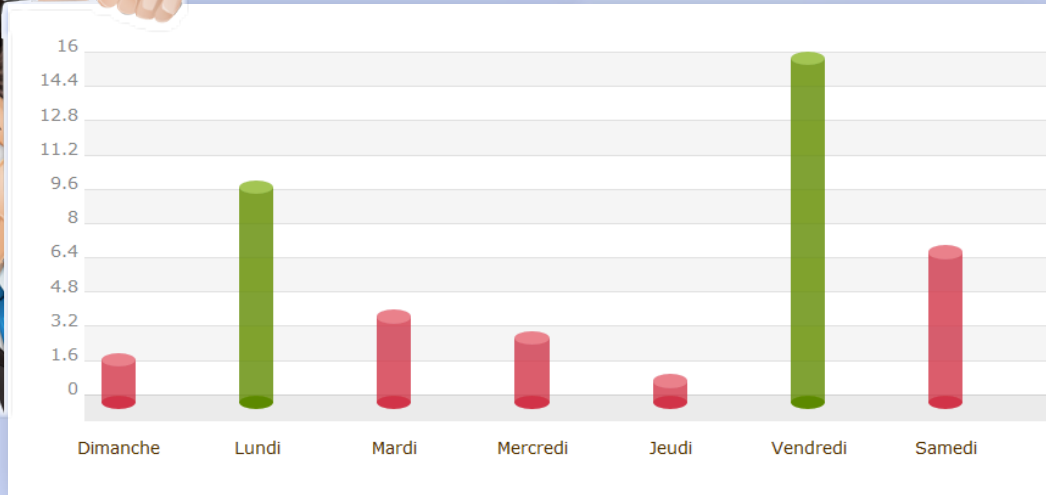
Les destinataires cliquent aux mêmes horaires.



Exemple 1 : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les clics des liens dans l'email



CONCLUSION :

Ce client connaît son marché. Certaines femmes réagissent davantage le vendredi en fin de journée car elles sont enfin en week-end.

D'autres femmes réagissent le lundi en fin de journée car elles trouvent le temps de consulter les emails.

Mais, finalement, les achats seront favorisés le vendredi en fin de journée, après 19h (les enfants font les devoirs).



Et vous ? Votre jour est-il bien choisi ?

Pour le spécialiste...

- ❖ Vous communiquez avec quel type de population ?
- ❖ À quelle jour de la semaine effectuez-vous vos envois ?
- ❖ Quand vos destinataires réagissent-ils le plus souvent ?

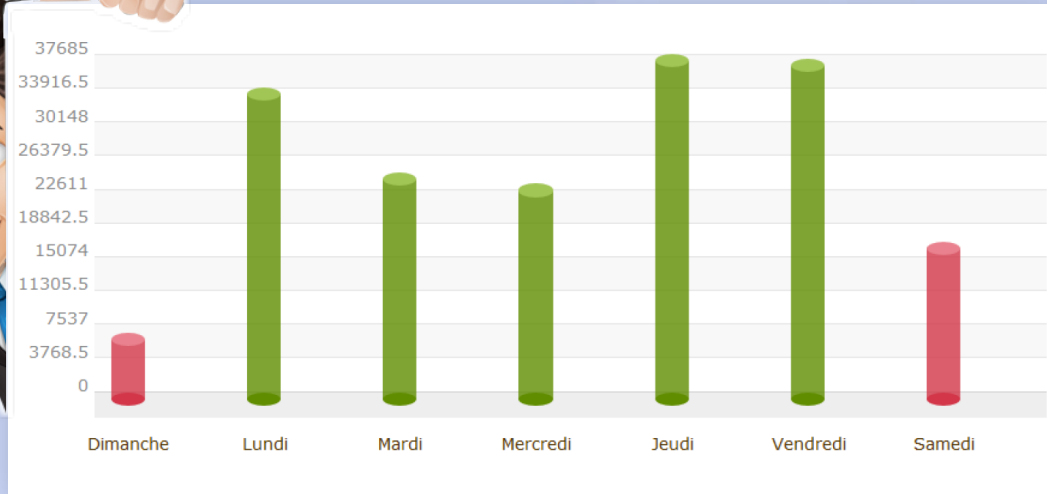
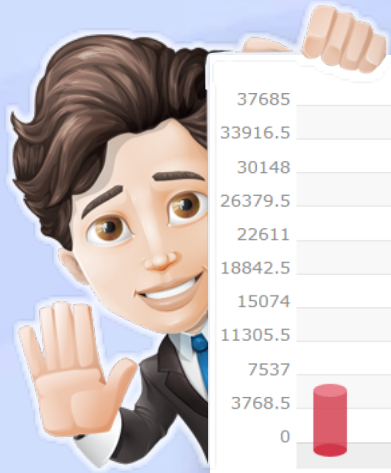




Exemple 1 : un jour bien choisi, mais...

Pour le spécialiste...

Statistiques sur les envois par heure / jour



MES STATISTIQUES

Sur mes contacts

Meilleures heures d'engagements

Inscrits Saisie Désabo Désabo Motifs Heure I

Heure 0 Jour Mois Année Provient

Meilleures heures d'engagements

OUTILS AVANCÉS



Le danger des grands écrans

Pour le spécialiste...



- ❖ Un email qui est envoyé à 6h mais qui est lu à 80% entre 16h et 20h réduit l'efficacité de votre campagne si votre prospect comment sa lecture par le haut de la liste.
- ❖ Un email qui est envoyé le mardi qui est lu à 70% le jeudi réduit l'efficacité de votre campagne.
- ❖ Si l'email est envoyé peu avant les habitudes d'ouverture de vos destinataires, le message sera disposé en haut de la boîte de réception et sera lu avant les emails ayant été expédiés le matin.



Exercice

Pour le spécialiste...

Lorsque vous consultez vos emails, comment procédez-vous ?



Jean-Louis : « Je remonte la liste du jour et ouvre en premier les mails que j'attends, puis ceux des expéditeurs que je connais, puis ceux dont le libellé m'interpelle. »

Stéphane : « Je cherche d'abord les emails de commande provenant de Paypal, ensuite les commentaires à valider sur mes blogs et, pour finir, je traite l'information des différents concurrents en supprimant d'office les emails dont les sujets sont identiques sans même les ouvrir car ils proposent un produit identique. »

Olivier : « Je consulte par ordre d'arrivée des messages, donc du bas vers le haut. »

Sébastien : « Je consulte du plus ancien au plus récent si c'est ma boîte professionnelle et du haut vers le bas si c'est ma boîte personnelle. »

* Ces réponses ont été données par des participants à l'un de nos séminaires.





Exercice

Pour le spécialiste...

Lorsque vous consultez vos emails, comment procédez-vous ?



Ginette : *« Si j'attends des réponses, je débute par cela. »*

Noël : *« L'ordre de lecture de mes emails dépend surtout de l'expéditeur. »*

Stéphane : *« Je commence par le haut. »*

Olivier : *« D'abord un aperçu rapide, puis les plus importants selon l'expéditeur. »*

Thierry & Marc : *« Je lis les plus anciens d'abord, ceux qui se trouvent en bas. »*

Les habitudes d'ouvertures des emails peuvent être très différentes selon les destinataires.

*** Ces réponses ont été données par des participants à l'un de nos séminaires.**





Processus de visualisation et de tri

Pour le spécialiste...

Nom Expéditeur	Sujet	
<input type="checkbox"/> Tous <input type="checkbox"/> Non lu(s) <input type="checkbox"/> Contacts Réseaux sociaux <input type="checkbox"/> Groupes <input type="checkbox"/> Bulletins <input type="checkbox"/> Autre <		Organiser ▾
<input type="checkbox"/> Facebook	Julie vous a envoyé	12:34
<input type="checkbox"/> Alexandr	Bravo aux gagnants	12:31
<input type="checkbox"/> Dr. Leon	A short personal vid	02:27
<input type="checkbox"/> Pour seb	✓Confirmation gagn	01:41
<input type="checkbox"/> Christian	Un livre en téléchar	02/11/2012
<input type="checkbox"/> Christian	Accédez à certains a	02/11/2012
<input type="checkbox"/> Sylvie La	L'invitation de Sylvie	02/11/2012
<input type="checkbox"/> Facebook	Nouveau message d	01/11/2012
<input type="checkbox"/> Julien-Vi	Quel est le secret de	01/11/2012
<input type="checkbox"/> michelle	Source de revenu ré	01/11/2012
<input type="checkbox"/> Facebook	Laurent vous a envo	01/11/2012
<input type="checkbox"/> > Vin	Litige Grave Vous co	01/11/2012
<input type="checkbox"/> Philippe	[Soirée Cubaine au s	01/11/2012
<input type="checkbox"/> Rencont	Faire des rencontres	01/11/2012
<input type="checkbox"/> CyberMa	4 millions d'auditeu	01/11/2012
<input type="checkbox"/> Philippe	Rejoindre mon rése	31/10/2012
<input type="checkbox"/> Profils m	Nouvelles du réseau	31/10/2012
<input type="checkbox"/> Francois,	Rappel: Francois and	31/10/2012

1. Le système visuel se dirige sur la première ligne et prend connaissance de toutes les lignes à trier.
2. Le destinataire va traiter chaque email de haut en bas ou de bas en haut. S'il y a trop d'emails, il sera lassé et ne les ouvrira pas tous.





CONCLUSION

Pour le spécialiste...



- **Adaptez votre horaire et jour d'envoi en fonction de vos abonnés.**
- **Mais ne tombez pas dans le piège de choisir le même horaire afin d'éviter la routine et ne pas être considéré comme un robot.**
- **Par exemple, si vos destinataires lisent principalement les emails en fin de journée, variez les heures d'envois entre 16h et 19h et évitez de programmer vos envois pour 6h du matin.**
- **Les statistiques disponibles sont intéressantes si vous avez quelques centaines d'abonnés.**



www.sg-autorepondeur.com/blog

Pour aller plus loin...



Merci !



SG Autorépondeur
Votre marketing prend vie

Passez au chapitre
suivant svp

