



Le guide

Email Marketing
Guide de démarrage rapide

Introduction.....	4
Pourquoi envisager le marketing par e-mail ?	4
Transformer les Visiteurs en Clients Fidèles.....	4
Notre Guide de Démarrage Rapide	4
Points clés du guide :	4
Processus Continu et Évolutif	5
1. Choisir la Bonne Plateforme d'E-mailing.....	6
Options Gratuites	6
Options Payantes	6
Fonctionnalités Clés à Rechercher.....	7
2. Générer des inscriptions	8
Importance du Consentement	8
Stratégies pour Générer des Inscriptions.....	8
Optimisation des Inscriptions	9
3. Email de bienvenue.....	10
Pourquoi l'E-mail de Bienvenue est Important	10
Éléments Clés d'un E-mail de Bienvenue.....	10
Exemple d'E-mail de Bienvenue	11
4. Communiquez régulièrement	13
Importance de la Communication Régulière.....	13
Fréquence des E-mails	13
Contenu des E-mails	13
Planification et Automatisation	14
Suivi et Analyse	14
5. Automatisation.....	15
Comprendre l'Automatisation	15
Avantages de l'Automatisation	15
Types d'E-mails Automatisés	15
Mise en Place de l'Automatisation.....	16
Exemple Pratique d'Automatisation.....	16

Conclusion	18
Synthèse des Étapes Clés.....	18
Importance de l'Automatisation	18
Optimisation Continue	18
Maximiser la Valeur Client	18
Contact et Assistance	18
Contact	20



Introduction

Pourquoi envisager le marketing par e-mail ?

Le marketing par e-mail est un outil puissant et polyvalent pour les entreprises cherchant à maximiser leur retour sur investissement (ROI). Selon un rapport de Campaign Monitor, chaque dollar dépensé en marketing par e-mail peut générer jusqu'à 44 \$ de revenus, soit un ROI impressionnant de 4400 %. Ce chiffre remarquable dépasse largement les performances de nombreux autres canaux de marketing.

Mais le marketing par e-mail ne se limite pas à des chiffres impressionnants. Il offre une opportunité unique de transformer les visiteurs occasionnels en clients fidèles et, éventuellement, en ambassadeurs de votre marque. En entretenant une relation continue avec vos clients par le biais de communications régulières et personnalisées, vous pouvez augmenter leur valeur à vie pour votre entreprise.

Transformer les Visiteurs en Clients Fidèles

L'un des principaux défis auxquels les entrepreneurs sont confrontés est de convertir un achat unique en une série d'achats récurrents. Chaque achat répété d'un client augmente sa valeur à vie pour votre entreprise. Imaginez l'impact financier si vous pouviez gagner 50 € de plus avec chaque client existant ou 2000 € de plus avec chaque client dans une entreprise de services.

Pour un magasin de commerce électronique avec 10 000 clients, une augmentation de 50 € par client pourrait se traduire par un chiffre d'affaires supplémentaire de 500 000 €. Pour une entreprise de services avec 50 clients, une augmentation de 2000 € par client pourrait générer 100 000 € de revenus supplémentaires. Ces augmentations substantielles démontrent comment le marketing par e-mail peut transformer la performance financière de votre entreprise.

Notre Guide de Démarrage Rapide

Ce guide gratuit de démarrage rapide en marketing par e-mail est conçu pour vous aider à intégrer efficacement cette stratégie dans votre entreprise. Nous couvrons tout ce dont vous avez besoin pour démarrer, des bases de la création de listes de diffusion à la mise en place de campagnes automatisées.

Points clés du guide :

- Choisir la bonne plateforme d'emailing pour vos besoins.
- Générer des inscriptions pour développer votre audience.
- Créer des e-mails de bienvenue efficaces pour faire bonne impression.
- Maintenir une communication régulière avec vos abonnés.
- Utiliser l'automatisation pour maximiser l'efficacité de vos campagnes.

Processus Continu et Évolutif

Il est important de comprendre que le marketing par e-mail est un processus continu qui évolue avec le temps. Au début, les résultats peuvent sembler modestes, mais en persévérant et en ajustant vos stratégies, vous pouvez obtenir des résultats significatifs. En apportant constamment de la valeur à vos clients, vous pouvez vous attendre à voir des améliorations notables dans l'engagement et les revenus générés.

En suivant les étapes et les conseils de ce guide, vous pouvez commencer à exploiter le pouvoir du marketing par e-mail pour transformer vos visiteurs en clients fidèles et en fans passionnés de votre marque.

1. Choisir la Bonne Plateforme d'E-mailing

Choisir la bonne plateforme d'emailing est une étape cruciale pour le succès de votre stratégie de marketing par e-mail. La plateforme que vous sélectionnez doit non seulement correspondre à votre budget, mais aussi offrir les fonctionnalités nécessaires pour répondre aux besoins spécifiques de votre entreprise.

Options Gratuites

Pour les entreprises qui débutent avec le marketing par e-mail, il peut être tentant de choisir des options gratuites pour tester l'efficacité de cette stratégie. Voici deux plateformes gratuites populaires :

1. MailerLite

- **URL :** [MailerLite](#)
- **Avantages :** Gratuit jusqu'à 1 000 abonnés, interface utilisateur conviviale, fonctionnalités de base solide.
- **Idéal pour :** Petites entreprises, blogueurs et entrepreneurs individuels.

2. Sendinblue

- **URL :** [Sendinblue](#)
- **Avantages :** Gratuit jusqu'à 300 e-mails par jour, outils d'automatisation et de gestion de campagne inclus.
- **Idéal pour :** Entreprises qui souhaitent explorer l'automatisation dès le début.

Options Payantes

Pour les entreprises ayant dépassé la limite des abonnés des plateformes gratuites ou nécessitant des fonctionnalités avancées, les options payantes offrent une gamme plus large de services. Voici quelques-unes des meilleures options payantes :

1. ConvertKit

- **Avantages :** Conçu spécifiquement pour les créateurs de contenu, automatisation avancée, segmentation facile.
- **Idéal pour :** Blogueurs, podcasteurs, créateurs de cours en ligne.

2. ActiveCampaign

- **Avantages :** Outils CRM intégrés, automatisation puissante, fonctionnalités de segmentation avancées.
- **Idéal pour :** Entreprises B2B et B2C, entreprises ayant besoin d'une gestion complète des relations clients.

3. Drip

- **Avantages** : Conçu pour le commerce électronique, intégration facile avec les plateformes de vente en ligne, automation marketing.
- **Idéal pour** : Boutiques en ligne et entreprises de commerce électronique.

4. Klaviyo

- **Avantages** : Profonde intégration avec les plateformes de commerce électronique, analyse avancée des données, automation ciblée.
- **Idéal pour** : Grandes entreprises de commerce électronique avec des besoins complexes en marketing par e-mail.

Fonctionnalités Clés à Rechercher

Lorsque vous évaluez les plateformes, voici quelques fonctionnalités essentielles à considérer :

1. **Automatisation des e-mails** : Permet d'envoyer des e-mails basés sur des actions spécifiques des abonnés.
2. **Segmentation** : Facilite la création de groupes d'abonnés basés sur des critères spécifiques.
3. **Intégration CRM** : Utile pour suivre les interactions clients et gérer les relations.
4. **Analyse et Reporting** : Offre des insights détaillés sur les performances de vos campagnes.
5. **Support et Assistance** : Accessibilité du support client et disponibilité des ressources d'apprentissage.

Choisir la bonne plateforme d'emailing dépend de plusieurs facteurs, dont votre budget, vos besoins spécifiques et vos objectifs de marketing. Testez différentes options grâce aux essais gratuits pour déterminer celle qui offre la meilleure expérience utilisateur pour vous et votre équipe.

Conseil : Prenez le temps d'évaluer vos besoins actuels et futurs. N'hésitez pas à utiliser les essais gratuits offerts par la plupart des plateformes pour trouver celle qui s'aligne le mieux avec vos objectifs de marketing par e-mail.

2. Générer des inscriptions

Générer des inscriptions à votre liste de diffusion est essentiel pour une stratégie de marketing par e-mail réussie. Une liste de diffusion solide vous permet de communiquer directement avec des clients potentiels et de les convertir en clients fidèles.

Importance du Consentement

Le marketing par e-mail doit toujours être basé sur l'autorisation des utilisateurs. En fonction de votre emplacement géographique, différentes lois s'appliquent (RGPD en UE, CAN-SPAM aux États-Unis). Assurez-vous de respecter les réglementations locales en matière de protection des données.

Stratégies pour Générer des Inscriptions

1. Offrir un Contenu Précieux

- Proposez des incitations pour encourager les inscriptions. Cela peut inclure des guides, des listes de contrôle, des coupons de réduction, des vidéos éducatives ou des séries de courriels.
- Assurez-vous que le contenu offert est pertinent et apporte une réelle valeur à vos prospects.

2. Engager vos Clients Existants

- Contactez vos clients actuels et invitez-les à s'inscrire à votre liste de diffusion pour recevoir des mises à jour, des offres spéciales et des informations exclusives.
- Utilisez des messages personnalisés pour montrer l'importance de leur inscription.

3. Utiliser la Signature E-mail

- Ajoutez un lien vers votre newsletter dans la signature e-mail de tous vos employés. Cette méthode simple peut attirer des inscriptions de personnes avec lesquelles vous communiquez régulièrement.

4. Formulaires d'Inscription sur le Site Web

- Placez des formulaires d'inscription bien visibles sur votre site web, tels que des pop-ups, des bannières ou des formulaires intégrés dans le contenu de la page.
- Simplifiez le formulaire pour demander uniquement les informations essentielles (par exemple, nom et adresse e-mail).

5. Utiliser les Réseaux Sociaux

- Promouvez votre newsletter sur vos comptes de réseaux sociaux avec des publications attractives et des appels à l'action.
- Offrez des aperçus du contenu que les abonnés peuvent attendre en s'inscrivant.

6. Participer à des Événements et Salons Professionnels

- Profitez des événements en personne pour collecter des inscriptions. Utilisez des tablettes ou des formulaires papier pour faciliter le processus.
- Offrez des incitations spéciales pour encourager les inscriptions sur place.

7. Organiser des Concours et Promotions

- Lancez des concours ou des promotions où la participation nécessite une inscription à votre liste de diffusion.
- Assurez-vous que les règles sont claires et que les prix sont attractifs pour votre public cible.

Optimisation des Inscriptions

1. A/B Testing

- Testez différents éléments de vos formulaires d'inscription (titres, CTA, couleur) pour voir ce qui fonctionne le mieux.
- Utilisez les résultats pour optimiser continuellement vos stratégies d'inscription.

2. Analyse des Performances

- Surveillez les taux de conversion des formulaires d'inscription et des campagnes de promotion.
- Identifiez les sources d'inscriptions les plus performantes et concentrez vos efforts sur celles-ci.

Générer des inscriptions est une étape cruciale pour construire une liste de diffusion solide. En offrant des incitations précieuses, en engageant vos clients existants, et en utilisant des stratégies diversifiées, vous pouvez attirer un grand nombre de prospects intéressés. Assurez-vous de respecter les réglementations en matière de consentement et d'optimiser continuellement vos méthodes pour maximiser les inscriptions.

Conseil : Identifiez les opportunités dans votre entreprise où vous pouvez encourager les inscriptions. Utilisez des essais et analyses pour améliorer vos stratégies et maximiser les résultats.

3. Email de bienvenue

L'e-mail de bienvenue est le premier contact que vous avez avec vos nouveaux abonnés. Il est crucial, car il donne la première impression de votre entreprise et établit les bases de votre relation avec le prospect.

Pourquoi l'E-mail de Bienvenue est Important

- **Première Impression** : C'est souvent le premier e-mail que reçoit un nouvel abonné. Une bonne première impression est essentielle pour engager et fidéliser.
- **Établir les Attentes** : Cet e-mail peut informer les abonnés sur ce qu'ils peuvent attendre de vos futures communications.
- **Créer de l'Engagement** : Un e-mail de bienvenue bien conçu peut encourager l'abonné à interagir davantage avec votre contenu.

Éléments Clés d'un E-mail de Bienvenue

1. Message de Remerciement

- **Importance** : Remercier l'abonné pour son inscription montre de la gratitude et crée une connexion positive.
- **Conseil** : Utilisez un ton chaleureux et personnel pour rendre le message plus engageant.

2. Accès à l'Incitation

- **Importance** : Si l'abonné s'est inscrit pour recevoir un guide gratuit, une liste de contrôle ou un coupon, assurez-vous de lui donner un accès immédiat à cette incitation.
- **Conseil** : Incluez un lien de téléchargement ou un code de réduction directement dans l'e-mail.

3. Définir les Attentes

- **Importance** : Informez les abonnés de la fréquence des e-mails et du type de contenu qu'ils recevront. Cela aide à réduire les plaintes de spam.
- **Conseil** : Soyez clair et précis sur le calendrier d'envoi (hebdomadaire, mensuel, etc.).

4. Présentation de l'Entreprise

- **Importance** : Fournir un bref aperçu de votre entreprise permet aux abonnés de mieux vous connaître.
- **Conseil** : Incluez un paragraphe sur l'histoire de votre entreprise ou des faits amusants.

5. Demande de Mise en Liste Blanche

- **Importance** : Demander aux abonnés de mettre votre adresse e-mail en liste blanche aide à éviter que vos e-mails n'atterrissent dans le dossier spam.
- **Conseil** : Expliquez comment mettre une adresse en liste blanche pour les principaux fournisseurs de messagerie.

6. Coordonnées et Liens vers les Réseaux Sociaux

- **Importance** : Fournir des moyens supplémentaires pour contacter votre entreprise et suivre vos activités sur les réseaux sociaux peut renforcer l'engagement.
- **Conseil** : Ajoutez des liens directs vers vos profils de réseaux sociaux et une adresse e-mail de contact.

Exemple d'E-mail de Bienvenue

Objet : Bienvenue dans notre communauté !

Bonjour [Nom],

Merci de vous être inscrit à notre newsletter !

Pour vous remercier, voici votre guide gratuit : [Lien de Téléchargement]

Nous vous enverrons des e-mails une fois par semaine avec des conseils, des nouvelles de l'entreprise, et des offres exclusives.

À propos de nous : [Bref paragraphe sur l'entreprise]

Pour être sûr de ne rien manquer, ajoutez notre adresse à votre liste de contacts.

N'hésitez pas à nous suivre sur les réseaux sociaux : [Liens vers les profils sociaux]

Si vous avez des questions, contactez-nous à [Adresse E-mail de Contact].

Encore merci et à très bientôt !

Cordialement,

[Votre Nom]

[Votre Entreprise]

Un e-mail de bienvenue bien structuré établit une base solide pour une relation durable avec vos abonnés. En remerciant les abonnés, en définissant les attentes, et en offrant des informations pertinentes, vous pouvez maximiser l'engagement et la fidélité dès le départ.

Conseil : Prenez le temps de personnaliser votre e-mail de bienvenue pour chaque type d'incitation et testez différentes versions pour voir ce qui fonctionne le mieux.

4. Communiquez régulièrement

Importance de la Communication Régulière

Une communication régulière est essentielle pour maintenir l'intérêt et l'engagement de vos abonnés. Envoyer des e-mails de manière cohérente aide à garder votre entreprise présente dans l'esprit de vos clients, augmente leur fidélité et génère plus d'interactions avec votre contenu.

Fréquence des E-mails

1. Établir une Routine

- **Conseil** : Choisissez un jour et une heure spécifiques pour envoyer vos e-mails chaque semaine ou mois.
- **Avantage** : Les abonnés sauront à quoi s'attendre et seront plus enclins à ouvrir vos e-mails.

2. Test et Adaptation

- **Conseil** : Commencez par un e-mail par semaine et ajustez en fonction des retours et des taux d'ouverture.
- **Avantage** : Trouvez la fréquence optimale qui maximise l'engagement sans submerger vos abonnés.

Contenu des E-mails

1. Nouveautés et Mises à Jour

- **Exemple** : Partagez les nouvelles de l'entreprise, les lancements de produits et les événements à venir.
- **Avantage** : Maintient les abonnés informés et intéressés par votre entreprise.

2. Articles de Blog et Ressources

- **Exemple** : Envoyez des résumés d'articles de blog, des guides, des études de cas ou des eBooks.
- **Avantage** : Fournit de la valeur et éduque vos abonnés, augmentant leur confiance en votre expertise.

3. Promotions et Offres Spéciales

- **Exemple** : Offrez des réductions exclusives, des codes promo ou des ventes flash.
- **Avantage** : Incite les abonnés à acheter et récompense leur fidélité.

4. Histoires de Clients et Témoignages

- **Exemple** : Partagez des success stories de clients satisfaits et leurs témoignages.
- **Avantage** : Renforce la crédibilité et montre l'impact positif de vos produits ou services.

Planification et Automatisation

1. Planification Anticipée

- **Conseil** : Préparez vos e-mails à l'avance, surtout pour les périodes de pointe comme les fêtes.
- **Avantage** : Assure une communication régulière même pendant les périodes chargées.

2. Automatisation des E-mails

- **Exemple** : Utilisez des outils d'automatisation pour envoyer des e-mails de suivi, des rappels de panier abandonné et des séries d'e-mails de bienvenue.
- **Avantage** : Gagne du temps et garantit que les abonnés reçoivent les bons messages au bon moment.

Suivi et Analyse

1. Analyse des Performances

- **Conseil** : Utilisez les outils d'analyse pour suivre les taux d'ouverture, les clics et les conversions.
- **Avantage** : Identifiez ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas pour optimiser vos campagnes futures.

2. Feedback des Abonnés

- **Conseil** : Sollicitez des retours de vos abonnés pour comprendre leurs préférences et leurs attentes.
- **Avantage** : Améliorez la pertinence de vos e-mails et augmentez l'engagement.

Une communication régulière et cohérente est cruciale pour maintenir l'engagement de vos abonnés et maximiser l'efficacité de vos campagnes d'e-mail marketing. En établissant une routine, en fournissant un contenu varié et de qualité, et en utilisant des outils d'automatisation et d'analyse, vous pouvez créer une stratégie de communication qui favorise la fidélité et génère des résultats positifs pour votre entreprise.

Conseil : Prenez le temps de planifier votre calendrier d'envoi et d'élaborer des contenus variés pour garder vos abonnés engagés et intéressés.

5. Automatisation

Comprendre l'Automatisation

L'automatisation est une avancée majeure dans le marketing par e-mail, permettant d'envoyer des messages pertinents et personnalisés à grande échelle sans nécessiter une intervention manuelle continue. Elle optimise le processus de marketing, augmente l'efficacité et garantit que vos abonnés reçoivent les bonnes informations au bon moment.

Avantages de l'Automatisation

1. Gain de Temps

- **Importance** : Libère du temps pour votre équipe en éliminant les tâches répétitives.
- **Exemple** : Programmez des e-mails de bienvenue, de suivi et de rappel de panier abandonné une seule fois pour qu'ils soient envoyés automatiquement.

2. Personnalisation à Grande Échelle

- **Importance** : Permet de personnaliser les communications en fonction des comportements et des préférences des abonnés.
- **Exemple** : Envoyez des recommandations de produits basées sur les achats précédents ou le comportement de navigation.

3. Amélioration de l'Engagement

- **Importance** : Des messages ciblés et opportuns augmentent les taux d'ouverture et de clics.
- **Exemple** : Envoyez des e-mails de relance à ceux qui n'ont pas ouvert vos précédents messages.

Types d'E-mails Automatisés

1. E-mails de Bienvenue

- **Description** : Envoyés automatiquement aux nouveaux abonnés pour les remercier et les informer sur ce qu'ils peuvent attendre.
- **Avantage** : Crée une bonne première impression et engage dès le départ.

2. E-mails de Suivi

- **Description** : Suivent des actions spécifiques des abonnés, comme un téléchargement ou une inscription à un webinaire.
- **Avantage** : Maintiennent l'engagement en fournissant des informations supplémentaires ou des appels à l'action.

3. Rappels de Panier Abandonné

- **Description** : Rappelent aux clients les produits qu'ils ont laissés dans leur panier sans finaliser l'achat.
- **Avantage** : Augmentent les conversions en incitant les clients à compléter leurs achats.

4. E-mails d'Anniversaire et de Réengagement

- **Description** : Envoyés pour célébrer les anniversaires des abonnés ou pour réengager ceux qui n'ont pas interagi depuis un certain temps.
- **Avantage** : Renforcent la relation client et réactivent les abonnés inactifs.

Mise en Place de l'Automatisation

1. Choisir les Scénarios

- **Conseil** : Identifiez les points de contact clés où l'automatisation peut ajouter de la valeur, comme les e-mails de bienvenue, les suivis de webinaires, et les rappels de panier abandonné.

2. Utiliser les Outils Appropriés

- **Exemple** : Les plateformes d'emailing comme MailerLite, ActiveCampaign et Klaviyo offrent des fonctionnalités d'automatisation robustes.
- **Avantage** : Intégration facile et fonctionnalités complètes pour gérer les scénarios d'automatisation.

3. Configurer les Workflows

- **Conseil** : Créez des workflows automatisés en définissant les déclencheurs (actions des abonnés) et les réponses (e-mails envoyés).
- **Exemple** : Un déclencheur pourrait être un nouvel abonnement, et la réponse pourrait être une série d'e-mails de bienvenue.

4. Tester et Optimiser

- **Conseil** : Testez vos workflows pour vous assurer qu'ils fonctionnent comme prévu et optimisez en fonction des performances.
- **Exemple** : Analysez les taux d'ouverture et de clics pour identifier les points à améliorer.

Exemple Pratique d'Automatisation

Pour un paysagiste, après avoir terminé un projet, vous pouvez automatiser une série d'e-mails avec des conseils de maintenance. Ces e-mails pourraient inclure :

- **Premier e-mail** : Remerciement et guide de soins immédiats.
- **Deuxième e-mail** : Conseils saisonniers sur l'entretien du jardin.
- **Troisième e-mail** : Invitation à un service d'entretien régulier ou à des offres spéciales.

Avantage : Fournit de la valeur continue et encourage les clients à revenir pour des services supplémentaires.

L'automatisation des e-mails transforme votre stratégie de marketing par e-mail en un système efficace et personnalisé, augmentant l'engagement et les conversions tout en réduisant la charge de travail manuel. En intégrant des scénarios d'automatisation clés et en optimisant continuellement vos workflows, vous pouvez maximiser l'impact de vos campagnes d'email marketing.

Conseil : Asseyez-vous avec votre équipe pour identifier les opportunités d'automatisation et configurez des workflows qui correspondent à vos objectifs de marketing et aux besoins de vos clients.

Conclusion

Synthèse des Étapes Clés

Pour récapituler, voici les cinq étapes essentielles pour garantir le succès de votre stratégie de marketing par e-mail :

1. **Choisir la Bonne Plateforme d'E-mailing** : Sélectionnez une plateforme qui correspond à votre budget et à vos besoins spécifiques, offrant des fonctionnalités essentielles telles que l'automatisation et la segmentation.
2. **Générer des Inscriptions** : Utilisez des incitations attrayantes, contactez vos clients existants, et optimisez vos formulaires d'inscription pour développer votre liste de diffusion.
3. **E-mail de Bienvenue** : Créez un e-mail de bienvenue engageant qui remercie les abonnés, définit les attentes et fournit des informations sur votre entreprise.
4. **Communiquer Régulièrement** : Maintenez une communication cohérente et régulière pour garder vos abonnés engagés, en utilisant une variété de contenus pertinents.
5. **Automatisation** : Utilisez l'automatisation pour envoyer des messages ciblés et opportuns, augmentant l'efficacité de vos campagnes et libérant du temps pour votre équipe.

Importance de l'Automatisation

L'automatisation est un élément clé qui permet de maximiser l'efficacité de votre marketing par e-mail. Elle assure que vos abonnés reçoivent des messages pertinents au bon moment, augmentant ainsi l'engagement et les conversions sans nécessiter une intervention constante de votre part.

Optimisation Continue

Une fois votre système en place, il est crucial de surveiller et d'optimiser continuellement vos campagnes. Utilisez des outils d'analyse pour suivre les performances, effectuer des tests A/B et ajuster vos stratégies en fonction des résultats. Une optimisation régulière garantit que vos efforts de marketing par e-mail restent efficaces et pertinents.

Maximiser la Valeur Client

Le marketing par e-mail est un moyen puissant de maximiser la valeur à vie de vos clients. En envoyant des communications régulières et personnalisées, vous pouvez transformer les clients ponctuels en acheteurs récurrents et en ambassadeurs de votre marque.

Contact et Assistance

Si vous avez des questions ou avez besoin d'assistance pour configurer ou optimiser vos campagnes de marketing par e-mail, n'hésitez pas à contacter **Atenon Conseil**. Nous sommes là pour vous aider à tirer le meilleur parti de vos efforts de marketing par e-mail.

En suivant ces étapes et en utilisant les conseils fournis dans ce guide, vous pouvez développer une stratégie de marketing par e-mail efficace qui engage vos abonnés, maximise la valeur client et génère des résultats significatifs pour votre entreprise.

Contact

Atenon Conseil : [Site Web](#)

Olivier Beck

06 88 17 45 52

olivier.beck@atenon.fr

