

# E-MAILLING

## Informations utiles :

### Application à utiliser de préférence :

Pour le fichier html

Adobe Dreamweaver – Payant – mais aide au codage automatiquement (en désactivant l'insertion automatique de styles dans votre code), lien :

<http://success.adobe.com/fr/fr/sem/products/dreamweaver.html?kw=p&sdid=JTHGW&skwcid=TC|22743|adobe%20dreamweaver||S|e|10147530010>

PSPad – Gratuit – Lien : <http://www.pspad.com/fr/download.php>

Ne faire en aucun cas d'enregistrement html via Microsoft Word.

Pour les fichiers images

Photoshop par exemple, les images doivent être enregistré et optimisée en gif, gif animé ou jpg en RVB.

Les images sont hébergées par notre serveur de routage.

Une image ne doit pas faire plus de 20ko pour une bonne délivrabilité du message.

En utiliser un minimum.

### Le html :

Le codage html doit être le plus simple possible.

Toujours du codage en charset=iso-8859-15 s'il a été fait en UTF8 vous pouvez aller sur cette page pour le convertir automatiquement : modification de l'encodage des caractères

[http://www.emailonacid.com/character\\_convert/](http://www.emailonacid.com/character_convert/)

Les tableaux sont le seul moyen d'obtenir des gabarits e-mails cohérents, pas de CSS mais des balises : Tables, cellpadding, cellspacing, colspan... avec des bordures égales à zéro.

Le gabarit doit être simple, une à deux colonnes, maxi trois et symétrique donc facile à coder.

Bien remplir la balise <title>Votre nom</title> elle s'affichera sur l'onglet du navigateur si la page miroir est ouverte.

Ainsi que la balise <alt> des images, ce texte s'affiche tant que les images ne sont pas chargées par l'utilisateur, le faire avec pertinence.

La balise <font> doit être utilisé avec ses attributs pour la mise en forme du texte.

Centrer toujours la <table> avec align="center".

Enchâsser les tableaux dans un grand tableau.

Pour des images, utiliser le style suivant afin d'éviter des décalages dans Hotmail et Gmail - style="display: block;" – dans la balise <img>.

Pour accentuer des mots, utiliser plutôt des couleurs en hexadécimale, souligner, mettre de l'italique ou du gras.

### Eviter :

Les mots en majuscule, les tailles de police inférieures à 10 pixels (px) ainsi que la police en point (pt).

L'utilisation de couleurs qui ne donnent pas un bon contraste.

Les images de fond et un trop grand nombre de celles-ci. pour l'utilisation des images de fond veillez à ce que le texte reste lisible.

Les commentaires dans le code.

Les CSS externes car elles ne sont pas prises en compte par certains webmails.

Les blocs flottants avec des balises telles que <div>, <span>, <class>... càd avec des coordonnées.  
Un grand nombre de tableaux imbriqués ; les limiter à trois, car une mauvaise interprétation peut se produire dans certains outils de messagerie.

Balise <p> : A proscrire car un webmail ajoutera des sauts de ligne gigantesques (comme hotmail) et un autre ne fera qu'un retour à la ligne sans faire de saut de ligne

> Mettre des <div> ou des <br/>

#### **Faire :**

La partie haute du message doit comporter le nom de l'établissement et son logo, car elle s'affiche en premier sur la plupart des webmails.

Pas plus de 30% d'images par rapport au texte, choisir des polices standards pour le Web (Arial, Times News Romans, Verdana...).

Voici notre texte de base pour les envois d'e-mailing. Télécharger

<http://medias.letudiant.fr/traffic/spec/image/BASE-e-mailing-ETUDIANT.html>

#### **Pour les couleurs voici des liens pour bien choisir :**

<http://www.colorotate.org/#>

<http://www.code-couleur.com/>

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Couleurs\\_du\\_Web](http://fr.wikipedia.org/wiki/Couleurs_du_Web)

#### **Astuces :**

Hotmail ne souligne pas les liens, définissez le style « text-decoration » sur vos liens. De même, si la couleur du texte n'est pas spécifiée dans le code, celui-ci apparaîtra par défaut en gris foncé sur Hotmail.

Gmail change vos liens ayant une couleur noir.

Il suffit de changer le code couleur #000000 > #000001 soit de noir à presque noir.

L'objet doit décrire le contenu de la campagne en moins de 60 caractères (voir 30 pour une bonne lecture sur smart phone).

Ne pas mettre de mots en LETTRES CAPITALES ;

de mots avec des lettres séparées par des p.o.i.n.t.s ou des e s p a c e s ;

De caractères spéciaux : € \*, \$, !, %, §

Évitez aussi l'utilisation des points de suspensions...

La balise marquee permet de faire défiler du texte :

```
<marquee loop="infinite" scrolldelay="110" width="600"><A style="COLOR: #000000; text-decoration: none" href="">Je suis le texte qui d&eacute;file ☺ >></A></marquee>
```

#### **Éléments qui ne passent pas :**

Le Flash

Le Javascript

La vidéo

La balise html image <MAP>

Les balises margins

Types de langage : PHP, XML.

#### **Exemples d'e-mailing :**

Voir : <http://medias.letudiant.fr/traffic/spec/image/Exemple-e-mailing-mjm.jpg>

Voir : <http://medias.letudiant.fr/traffic/spec/image/Exemple-e-mailing-ISTH.jpg>

#### **Une bonne délivrabilité dépend de :**

La qualité de l'email envoyé (un email mal codé arrivera dans les spams), votre partie.

Des spam-words sont des mots à ne jamais écrire dans l'objet du mail ou dans le corps du message : Achetez maintenant, Ne pas supprimer, Gratuit (et dérivé du type gratuitement, gratuité etc), Caché, Nouveauté, Temps limité, Stop, Marketing, Casino, Vacances, Millions d'Euros, Cash, Viagra, Appelez maintenant, Opportunité, Crédit, Satisfaction, Call now, Comparer, Facilité de paiement garantie, Travailler de chez soi, Abonnez vous, Doublez votre revenu, Visitez notre site Internet, Pourquoi payer plus, Gagnez XX Euros, Prêt, Vous avez été sélectionné, Gagnez du temps, Commandez maintenant.  
Plus ceux en anglais.

**De notre coté :** nous veillons à la qualité de la base de données des destinataires (une base non nettoyée entraînerait un passage de vos envois dans les spams),  
Ainsi qu'à la réputation de notre domaine et de nos adresses IP d'expédition.

**Analyser et tester votre e-mailing.**

Pour le code html sur : <http://validator.w3.org> ou sur <http://www.emailonacid.com/> (via le bouton run a free test) ou avec PSPad, onglet HTML, puis « contrôler le code HTML »  
Pour l'anti-spam sur : <http://spamcheck.sitesell.com> (voir la démonstration en vidéo <http://vimeo.com/7414402> )

**Liste de contrôle à la réception de notre BAT :**

Cliquer sur chaque lien et lien d'image pour vérifier qu'ils mènent vers les bons url, vérifier les balises <alt> de chaque image.

Pré visualiser votre message dans la fenêtre de prévisualisation des images dans les différents navigateurs et sur différentes plates-formes.

Relire le texte du message.

**A lire pour plus d'informations :**

Sur les spam word : <http://www.emailmarketing.fr/?p=7390#more-7390>

Blogs en français:

<http://www.pignonsurmail.com/>

<http://www.emilecourriel.com/>

<http://www.arobase.org/>

<http://www.cas-marketing.fr/category/emailing>

<http://www.conseilsmarketing.com/>

<http://www.strategie-e-commerce.info/>

<http://www.ecommerce404.fr/>

<http://emailingvision.com/>

<http://emarketing.typepad.com/emarketing/>

<http://www.brusacoram.com/>

<http://www.emarketool.fr/>

<http://www.guillaumefleureau.com/>

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/crm-marketing/>

<http://www.blog-emailing.fr/>

<http://www.marketingonthebeach.com/>

<http://www.plus2clics.com/>

<http://www.presse-citron.net/>

[http://www.sncd.org/actualites/accueil\\_tpm.php](http://www.sncd.org/actualites/accueil_tpm.php)

<http://www.marketing-strategie.fr/>

<http://dicedesign.com/blog/2012/04/compte-rendu-atelier-e-mailing-du-salon-b-ecommerce/>

Lutte anti-spam & actualité : <http://www.emailmarketing.fr/?p=4767>

<http://www.e-marketing.fr/>

**Les templates ou gabarits :**

<http://www.newsletters.im/>

<http://www.squizzbox.com> (abonnement sur une seule boîte mail d emailing de site marchants)

<http://www.campaignmonitor.com/templates>

<http://themeforest.net/category/site-templates> lien vers des templates payant

<https://github.com/mailchimp/Email-Blueprints> Gratuit

<http://www.campaignmonitor.com/templates/>

<http://spammeltdown.com/default.htm>

<http://www.beautiful-email-newsletters.com/>

<http://www.flickr.com/photos/dmadray/sets/72157617876767799/>

<http://www.b2bemailmarketing.com/>

<http://www.retailmailblog.com/>

**Pour des précisions écrire :**

**[traffic-web@letudiant.fr](mailto:traffic-web@letudiant.fr)**