

Tutoriel : Organiser ses campagnes d'emailing avec Mailchimp

Mailchimp est l'une des plateformes les plus populaires pour gérer ses campagnes d'emailing. Elle offre une interface intuitive, des fonctionnalités de segmentation et d'automatisation, ainsi que des outils d'analyse pour mesurer l'efficacité de vos actions.

(nous n'avons aucune affiliation ou lien avec l'application ou l'entreprise détenant Mailchimp)

1. Créer et configurer son compte Mailchimp

1.1. Inscription

1. Rendez-vous sur le site officiel [Mailchimp.com](https://www.mailchimp.com).
2. Cliquez sur **Sign Up Free** (ou **S'inscrire gratuitement** en français) pour créer un compte.
3. Indiquez votre adresse email, choisissez un **nom d'utilisateur** et un **mot de passe**.
4. Validez votre inscription en cliquant sur le lien de confirmation reçu par email.

1.2. Paramétrages initiaux

Une fois connecté à votre compte :

- **Renseignez votre profil** : nom, entreprise, adresse physique (obligatoire pour la conformité légale de vos e-mails).
- **Choisissez une offre** : la version gratuite (Free) est limitée en nombre de contacts et de fonctionnalités, mais convient pour débuter ou pour les petites listes. Les formules payantes proposent des automatisations plus avancées, une segmentation plus fine, etc.

2. Créer et organiser sa liste de contacts

2.1. Comprendre la nouvelle logique « Audience » de Mailchimp

Mailchimp a évolué pour regrouper la gestion des contacts au sein d'une **Audience unique** (ou plusieurs si nécessaire). Pensez à votre audience comme le répertoire principal où sont stockées toutes les informations relatives à vos contacts (nom, email, centres d'intérêt, tags, etc.).

2.2. Ajouter des contacts

1. Accédez à l'onglet **Audience > All contacts**.
2. Cliquez sur le bouton **Add contacts > Add a subscriber** (Ajouter un abonné).
3. Renseignez l'adresse email, le nom et tout autre champ pertinent.

4. **Option d'import en masse** : vous pouvez importer un fichier CSV ou Excel avec toutes vos adresses. Assurez-vous que chaque colonne corresponde à un champ (Email, First Name, Last Name, etc.).

Important : Vérifiez que vous avez bien obtenu le consentement explicite (RGPD) de vos contacts avant de les ajouter à votre liste.

2.3. Segmentation et tags

- **Segments** : vous pouvez créer des segments (critères dynamiques) basés sur l'activité de vos contacts (taux d'ouverture, clics, géolocalisation, date d'inscription, etc.).
- **Tags** : labels manuels que vous pouvez attribuer pour catégoriser vos contacts (par exemple « vendeur », « client », « prospect », « salon X », etc.).

Cette organisation vous permettra d'envoyer des campagnes ciblées et pertinentes.

3. Créer une campagne d'emailing

3.1. Accéder à l'éditeur de campagnes

1. Dans la barre de navigation, cliquez sur **Campaigns** (ou **Campagnes**).
2. Choisissez **Create Campaign > Email**.
3. Donnez un **nom** à votre campagne (non visible par vos destinataires, il s'agit d'un label interne).

3.2. Paramétriser les informations clés

- **To** (Destinataires) : sélectionnez l'audience ou le segment/tag que vous souhaitez cibler.
- **From** (Expéditeur) : saisissez votre nom et votre adresse e-mail d'expédition (ex. : contact@votre-entreprise.com).
- **Subject** (Objet) : un objet clair et percutant pour inciter à l'ouverture (ex. : « Découvrez l'estimation gratuite de votre bien »).
- **Content** (Contenu) : vous passerez ensuite à la création et la personnalisation du modèle d'e-mail.

4. Personnaliser le design de l'e-mail

4.1. Choisir un modèle (Template)

Mailchimp propose :

- **Des templates prédéfinis** : ils sont classés par thèmes (newsletter, promotion, e-commerce, etc.).

- **Des templates personnalisés** : vous pouvez créer vos propres modèles en partant d'une page blanche ou en important votre code HTML.

4.2. Utiliser le « Drag and Drop Editor »

Dans l'éditeur glisser-déposer (Drag and Drop) :

1. **Structurez votre message** : ajoutez des blocs de texte, d'image, de bouton, de diviseur, etc.
2. **Personnalisez le style** : couleurs, polices, arrière-plans, marge, etc.
3. **Insérez des liens** : site web, formulaire d'estimation, prise de rendez-vous, etc.
4. **Ajoutez un Call-to-Action (CTA) clair** : un bouton « Cliquez ici pour demander votre évaluation », « Prendre rendez-vous », etc.
5. **Aperçu responsive** : vérifiez l'affichage sur mobile et ordinateur pour garantir une bonne lisibilité.

5. Automatiser (Automations) et planifier l'envoi

5.1. Envoi immédiat ou planification

- **Send** : pour envoyer immédiatement votre campagne.
- **Schedule** : pour programmer l'envoi à une date et une heure précises.
- Possibilité d'utiliser l'option « Timewarp » (offre payante) qui ajuste l'envoi en fonction du fuseau horaire des contacts.

5.2. Scénarios d'automatisation (Workflows)

Mailchimp propose divers **scénarios automatisés** (Certains sont accessibles uniquement sur les formules payantes) :

- **Bienvenue** : envoyer un message d'accueil lorsqu'un contact rejoint votre liste.
- **Relance** : si un contact n'a pas ouvert votre e-mail, vous pouvez envoyer un rappel automatiquement quelques jours plus tard.
- **Abandon de formulaire** : si vous vendez des produits ou services en ligne, vous pouvez relancer les personnes qui n'ont pas finalisé leur inscription.
- **Campagnes drip** : séquences d'e-mails régulières pour partager des conseils, faire mûrir un projet immobilier ou informer sur des offres.

6. Analyser les performances

Après l'envoi d'une campagne, rendez-vous dans **Campaigns > Reports (ou Rapports)** :

- **Taux d'ouverture (Open Rate)** : pourcentage de destinataires ayant ouvert l'e-mail.

- **Taux de clic (Click Rate)** : pourcentage de contacts ayant cliqué sur au moins un lien.
- **Taux de désabonnement (Unsubscribe)** : surveillez ce taux pour éviter une sur-sollicitation.
- **Taux de rebond (Bounce Rate)** : adresses e-mail invalides ou injoignables.

Astuce : Mettez en place des **tests A/B** pour essayer différentes variantes d'objets, d'images ou de CTA et découvrir ce qui fonctionne le mieux auprès de votre audience.

7. Respecter les bonnes pratiques et la loi

7.1. RGPD et consentement

- Assurez-vous d'avoir obtenu le **consentement explicite** de vos contacts pour l'envoi d'e-mails (opt-in).
- Proposez un **lien de désabonnement** clair dans chaque campagne. Mailchimp l'insère automatiquement si vous utilisez ses blocs de « footer » standard.

7.2. Nettoyage et hygiène de la liste

- Supprimez ou archivez régulièrement les contacts inactifs ou invalides pour garder une bonne réputation d'expéditeur et optimiser votre délivrabilité.
- Segmentez les contacts peu réactifs et tentez une campagne de réengagement (pour éviter un taux de rebond ou de spam élevé).

7.3. Fréquence d'envoi adaptée

- Évitez de surcharger votre audience (risque de désabonnement ou de déclarations de spam).
- Privilégiez la **qualité** des contenus à la quantité.

8. Exemples d'applications dans l'immobilier

1. **Newsletter mensuelle** : partagez l'actualité du marché immobilier, vos derniers biens vendus, conseils de home staging, analyses de prix.
2. **Estimation gratuite** : envoyez une campagne ciblée pour proposer une estimation en ligne ou un rendez-vous d'expertise.
3. **Fêtes de fin d'année** : un e-mail de vœux personnalisé, intégrant un message de remerciement pour la confiance accordée, et une offre spécifique (ex. remise sur les frais d'agence sous réserve d'un mandat signé avant date X).
4. **Suivi de projet** : séquence automatisée pour guider un prospect à chaque étape de la vente ou de l'achat (rappel de diagnostics, financement, signature chez le notaire, etc.).

