

INSPIREZ-VOUS
DES FUTURES LICORNES

Chef d'Entreprise

IDÉCRYPTER AGIR INNOVER

OPA

des fondateurs
de Blablacar,
Priceminister,
Le Slip français
et Leetchi sur
votre magazine

**WEB
POWER**

**LE NUMÉRIQUE
AU CŒUR DE
VOTRE STRATÉGIE**

ADAPTEZ VOTRE
BUSINESS MODEL
AUX OPPORTUNITÉS

FRENCH TECH
LA MACHINE
À CASH



5 ASTUCES POUR ENRICHIR SA MAILING LIST DE CLIENTS

Peu coûteux, l'e-mail reste l'outil de marketing le plus efficace pour séduire les consommateurs, en particulier les indécis. À condition de savoir "capturer" en douceur leurs adresses électroniques lorsqu'ils visitent votre site.

Connaissez-vous les ad-blockers? Ces logiciels bloqueurs de publicité, en bon français, se sont multipliés ces dernières années et sont désormais autorisés même sur iOS, le système d'exploitation mobile d'Apple. Ils ont déjà séduit plus de 200 millions d'internautes souhaitant bannir de leurs écrans bannières et autres pré-roll. Une tendance qui réduit l'impact de la pub en ligne et redonne toute sa valeur à l'adresse e-mail. C'est elle qui permet de toucher directement un consommateur potentiel via un message personnalisé. Un mode de marketing facile, rapide et économique. Mais encore faut-il disposer d'une mailing list riche de

Un mode de marketing facile, rapide et économique.

Fuyez les "aspirateurs à adresses"

Une simple recherche sur Google permet de tomber sur des logiciels à télécharger baptisés "aspirateurs à adresses e-mail". Comme leur nom l'indique, ils sont capables d'aspirer toutes les adresses électroniques disponibles sur un site et donc de se constituer rapidement un fichier à peu de frais... Tentant. Mais totalement illégal. « On peut utiliser des adresses non consenties en B to B mais, s'agissant des particuliers, la loi est très claire, souligne Frédéric Canevet, animateur du blog conseilsmarketing.com et [webmarketeur chez Efficy.com](http://webmarketeur.chezEfficy.com). Je déconseille fortement d'utiliser ces outils, d'autant que cela revient à s'auto-empoisonner. Ce n'est pas le tout d'avoir des contacts, il faut encore qu'ils soient pertinents. Et là, vous vous adressez à des gens qui ne vous ont jamais rien demandé. Ils vont appuyer sur spam et le taux de délivrabilité va chuter au fur et à mesure. » En clair, utiliser ces aspirateurs vous expose à des sanctions (certes hypothétiques), mais s'ouvre aussi contre-productif.

contacts qualifiés et constituée légalement. En d'autres termes, d'internautes qui vous auront librement communiqué leur adresse e-mail. Pas toujours simple, c'est vrai, mais il existe des astuces pour y parvenir.

1 OPTIMISEZ LA FICHE CONTACT.

Pour récupérer l'adresse électronique d'un internaute, l'idéal est évidemment qu'il remplisse un formulaire de contact. Ce qu'il ne fera qu'à condition d'avoir une bonne raison. S'il passe commande d'un produit ou d'un service,

la question ne se pose pas : il devra obligatoirement remplir le champ "e-mail", car il s'agit d'une coordonnée fixe nécessaire à la transaction. Mais vous pouvez lui proposer de remplir une simple fiche contact ou de créer un compte à un stade bien plus précoce de la navigation. En l'affichant par exemple dans une "hello bar", une barre de notification située tout en haut de l'écran et nettement moins

intrusive qu'un pop-up qui, lui, s'ouvre de manière intempestive. Autre solution : offrir de s'abonner à votre newsletter ou, mieux, un bon de réduction virtuel ou une invitation à une vente privée. ManyContacts, un outil gratuit développé par la start-up belge WooRank, est particulièrement adapté aux sites des PME.

2 OFFREZ DES BONUS.

« L'adresse e-mail d'un internaute, c'est quelque chose qui a de la valeur et, pour la récupérer, il faut lui donner en échange quelque chose qui a également de la valeur », conseille Frédéric Canevet, animateur du blog conseilsmarketing.com, par ailleurs [webmarketeur chez Efficy.com](http://webmarketeur.chezEfficy.com). Exemples : le téléchargement d'un guide d'achat, d'un livre blanc ou encore d'un tutoriel. « Ce doit être immédiatement utile. Si vous êtes organisateur de mariage, ce sera le guide des "10 conseils à suivre pour choisir votre traiteur",

Si vous fabriquez des machines-outils, vous offrirez celui des "10 manières de prolonger la vie de votre machine". Normalement, sur la masse des internautes qui viennent sur un site, on parvient à récupérer entre 1 et 2 % des adresses. Avec ce genre d'astuce, on arrive à 5 %. Mais il est important de placer ces bonus dans le texte, de les contextualiser. »

3 PROFITEZ DES RÉSEAUX SOCIAUX. Facebook, Twitter, Instagram... Les réseaux sociaux sont d'importants carrefours d'audience et il est aujourd'hui difficile de mettre en œuvre une stratégie de marketing digital en les négligeant. D'autant que vous pouvez y acheter des espaces de publicité, ciblant qui plus est des profils précis. Mais ils ne vous permettront pas (ou plus, dans le cas de Facebook) de récolter les adresses e-mail des membres qui se connectent sur votre page. Du moins pas directement... « Une fonctionnalité payante de Facebook Connect permet de proposer, sur sa page, des fichiers à télé-

Et Le retargeting ?

Vous quittez un site de e-commerce sans rien acheter ni laisser votre adresse électronique. Et juste après, vous recevez dans votre boîte e-mail une offre précisément pour l'article qui semblait vous intéresser. L'explication est très simple: grâce aux "cookies" déposés durant la navigation, une régie publicitaire disposant d'une mégabase de données parvient à retrouver votre adresse électronique, à condition que vous l'ayez déjà librement donnée à d'autres sites. En clair, par les nouvelles technologies marketing, vous identifiez les prospects sans qu'ils le sachent ! Mais il s'agit d'un service payant et à aucun moment vous ne récupérez les e-mails.

charger, comme un guide pratique ou une vidéo par exemple, explique Vincent Druelle, consultant e-commerce pour l'agence web Synolia. En cliquant, l'internaute sera redirigé automatiquement vers une page de capture d'e-mail. » Sans en avoir toujours conscience, mais par une action manuelle qui vaut consentement.

4 MISEZ SUR UN CALL-CENTER OU UN LIVE CHAT. Votre centre d'appel, dont le numéro est en ligne, est un bon moyen d'amener un e-consommateur à vous communiquer volontairement son adresse électronique, dans la mesure où c'est l'occasion d'adresser des renseignements complémentaires ou des offres de promotion. Idem pour le "live chat", qu'on trouve sur un nombre croissant de sites de e-commerce.

5 N'OUBLIEZ PAS LA CARTE DE FIDÉLITÉ. « On n'y pense pas assez mais la carte de fidélité est un très bon moyen de récolter des adresses e-mail, estime Vincent Druelle. Avec, en plus, l'avantage de connaître le profil du consommateur puisqu'on sait qui il est, ce qu'il achète, où il l'achète et quand il l'achète. Ce qui permet, avec des logiciels adaptés, de faire des envois de mails ciblés. » ■ [@Chef_entreprise](#)



L'AVIS DE PIERRE KOSCIUSKO-MORIZET

L'idéal pour augmenter la taille de sa mailing list, c'est quand même d'avoir un service spécifique à proposer à ses clients, qui justifie qu'ils laissent leur adresse. Par exemple, une alerte de prix ou de disponibilité sur un produit.

