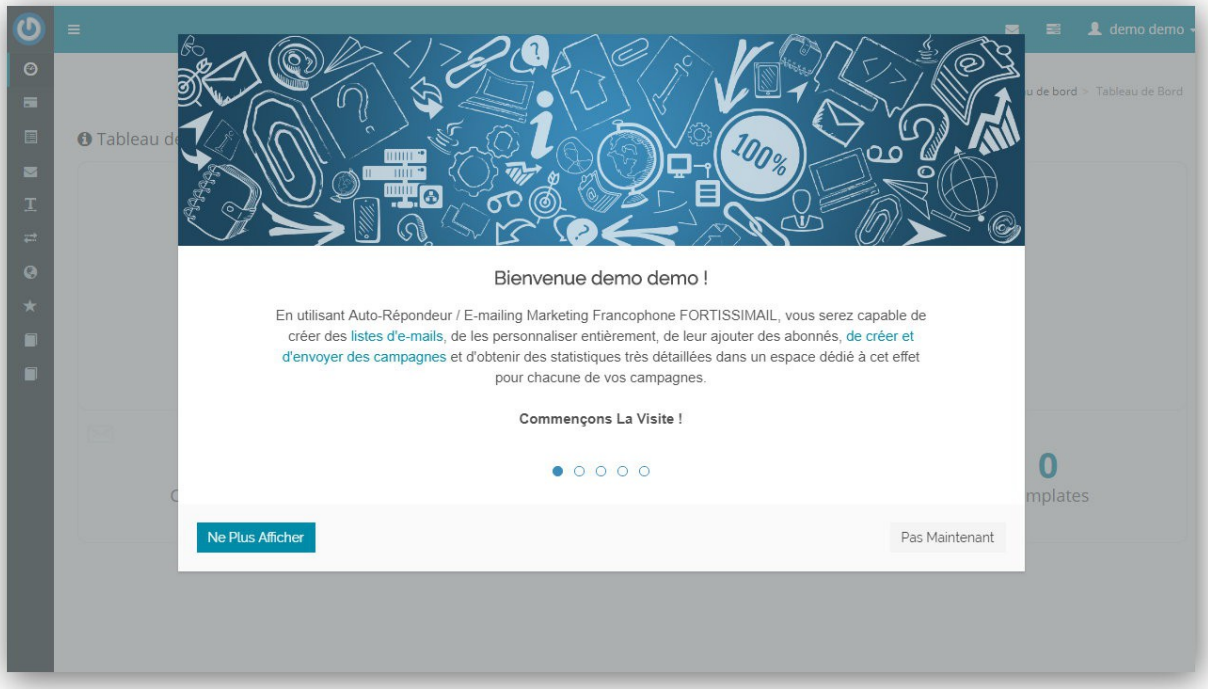
GUIDE DE DÉMARRAGE RAPIDE

(Version 3.0)

POUR L'UTILISATION DE L'APPLICATION

FORTISSIMAIL

L'Application e-Mailing Marketing Francophone
Pour Tous Les Appareils (Totalement « Responsive »)
Avec Une Interface Simple & Limpide
Pour Une Expérience Utilisateur Exceptionnelle...



Différents Tutoriels En Vidéos Seront Bientôt Disponibles Sur :
http://www.fortissimail.com/tutoriels.html

FORTISSIMAIL est un département du Réseau OBC

Table des matières

*INTRODUCTION....3
Concernant La Réalisation De Ce Guide :....3
**FONCTIONNALITÉS DANS LES PLANS TARIFAIRES DE BASE....4
Résumé des Principales Fonctionnalités de Base. 4
***IMPÉRATIF : VÉRIFIER VOTRE NOM DE DOMAINE....5
1. TABLEAU DE BORD : CRÉEZ VOTRE PREMIÈRE LISTE 13
1-1. Le Menu Supérieur Horizontal du Tableau de Bord....16
A. Listes : Menu des listes....19
1. Menu Listes > Listes....19
2. Menu Listes > Outils....26
B. Campagnes – Menu des campagnes....27
1. Menu Campagnes > Campagnes....27
C. Templates – Menu des templates....32
1. Cliquez sur le Menu Templates Email > Templates....32
2. Cliquez sur le Menu Templates Email > Galerie....32
D. Clé API....33
E. Menu Ressources....34
F. Menu Centre d'Assistance....34
2. TERMINOLOGIES....35
3 - PERSONNALISATION du contenu de l'e-mail 37
Liste complète des Tags de Templates disponibles par défaut :....40
4. TUTORIEL D'INITIATION A L'AUTO-RÉPONDEUR....41
Créer un auto-répondeur avec un calendrier de publication 41
Les Messages d'auto-répondeurs & Les envois en masse (« Broadcast » messages en anglais)....42
Qu'est-ce qu'un « message d'auto-répondeur », appelé aussi « message de suivi » (« follow up » en anglais) ou simplement « auto-répondeur »....42
Qu'est-ce qu'un « envoi d'e-mails en masse », aussi appelé « Broadcast message » en anglais....43
Dois-je utiliser des messages Auto-répondeurs ou Broadcast ?....44
Comment mettre en place une séquence d'auto-répondeurs :....44
Les Types de messages d'auto-répondeurs....44
LE PLUG-IN FORTISSIMAIL POUR WORDPRESS....46
1) Téléchargez le plug-in WP Fortissimail 46
2) Tutoriel vidéo de configuration du plug-in Fortissimail 47

*INTRODUCTION

FORTISSIMAIL est une application de dernière génération qui vous permet de gérer confortablement et facilement toutes vos campagnes d'e-mailing, vos newsletters et tous vos messages d'auto-répondeurs (aussi appelés « messages de suivi »).

Conçue pour améliorer rapidement et considérablement le développement de votre e-business, l'application FORTISSIMAIL va augmenter significativement la qualité de vos relations avec vos prospects et clients. Elle assure une excellente conformité légale (si vous la respectez) pour vos envois d'e-mails et calculera pour vous toutes les statistiques dont vous rêviez...

Votre espace client est privé et vos listes, campagnes et templates personnels ne sont en aucun cas partagés, jamais.

Pour voir la totalité des fonctionnalités offertes par notre service FORTISSIMAIL, vous pouvez vous rendre sur le site de notre application **en suivant ce lien**.

TRÈS IMPORTANT :

Avant de pouvoir créer votre première campagne/Auto-répondeur, vous devez **obligatoirement et avant toute chose : Renseigner complètement votre compte : profil/entreprise** (Si vous n'avez pas d'entreprise, mettez votre prénom et nom et coordonnées personnelles), **vérifier votre nom de domaine** (voir juste plus bas, **page 5**), **créer ou importer au moins une liste** et enfin **créer un message** ou importer depuis la galerie, au moins **un template**.

Seulement après avoir effectué ces étapes, vous pourrez effectivement créer votre première campagne. Sinon cela ne fonctionnera pas...

Concernant La Réalisation De Ce Guide :

L'Application FORTISSIMAIL propose 3 types de formules présentées sous forme de « Plans Tarifaires » : 4 formules « **Auto-répondeur Seul** », 3 formules « **Spécial WordPress** » et 4 formules « **BUSINESS** » = Avec un super hébergement Web Professionnel **inclus** et fourni par notre département : **OPWH / Orlando-ProwebHost**

Il n'y a pas de formules gratuites mais vous pourrez demander un remboursement de votre plan, quel qu'il soit, durant 30 jours. Sans aucune question ni justification :))

Selon la formule que vous aurez choisi, votre grand menu-gauche pourra être différent : Avec moins d'onglets de menus (Plans tarifaires WP) **ou** similaire au menu présenté sur les captures d'écrans dans ce guide (Plans tarifaires toutes options « BUSINESS »).

Merci de noter que le menu-gauche de l'application présenté dans ce guide de démarrage rapide correspond aux formules – Plans Tarifaires « BUSINESS ».

Pour des renseignements personnalisés, n'hésitez pas une seconde à nous contacter sur cette page (non clients) ou directement dans votre compte Fortissimail au menu « Centre d'Assistance » dans la colonne de gauche.

**FONCTIONNALITÉS DANS LES PLANS TARIFAIRES DE BASE

Résumé des Principales Fonctionnalités de Base.

Ce guide de démarrage rapide va vous montrer comment utiliser les principales fonctionnalités (il y en a beaucoup d'autres) de l'application.

Les Listes : Vous pouvez créer/importer tout type de liste. Vous pouvez déplacer des abonnés entre les listes, les groupes, segmenter (« splitter ») les listes/les diviser en sous-listes, les synchroniser, etc.

Les Templates : Vous pouvez créer, modifier, stocker, utiliser, réutiliser et/ou importer depuis la galerie ou votre ordinateur, des templates. Vous pouvez télécharger des templates e-mails depuis le Web et les téléverser dans votre espace « Templates ».

Les Campagnes : Vous pouvez créer toutes sortes de campagnes et les envoyer manuellement ou configurer des messages d'auto-réponses (de suivis), par liste, segments ou pour tous vos abonnés.

Tracking/Suivi : Un des aspects les plus importants que tout système en ligne de ce type doit posséder, c'est une bonne méthode de « tracking » pour pouvoir suivre le comportement de ses prospects & clients. L'application FORTISSIMAIL vous donne des journaux détaillés de « pistage » afin que vous puissiez ensuite proposer aux abonnés qui ont montré un intérêt, par exemple par leurs activités de clics, les produits et/ou les services adéquats. Très intéressant, voire indispensable pour segmenter ses listes.

Les Outils : En partant du simple formulaire jusqu'à la page d'inscription complètement personnalisable et en passant par les systèmes de synchronisation et de « splitting » de liste, FORTISSIMAIL vous offre des outils extraordinaires pour vous constituer des listes vraiment bien ciblées!

Terminologie : Si vous n'êtes pas familiarisé avec l'E-mail marketing, consultez s'il vous plaît **la page de Terminologie** (page 35) avant de poursuivre la lecture de celui-ci.

Merci de bien noter que la pratique de l'e-mail marketing requiert **une responsabilité sans limite** en ce qui concerne vos listes. Par exemple, si vous achetez une liste ou qu'on vous la donne (fortement déconseillé) ou bien si vous utilisez une vieille liste dont vous n'êtes pas sûr de son entière validité, vous prenez le risque de voir votre propre adresse e-mail d'expéditeur au mieux blacklistée et au pire, une très grosse amende si vous veniez à être considéré comme un spammeur. Réfléchissez-y « à mille fois »...

La majorité des systèmes d'e-mailing marketing en ligne exigent que vos abonnés se soient inscrits « en double opt-in » depuis un formulaire de vos pages Web/supports. Si vous possédez une liste que vous voulez importer, il faudra vérifier avant cela (à l'aide de diverses applications en ligne ou avec des logiciels installés prévus à cet effet) que celle-ci comprend bien des adresses e-mails valides et/ou avec un taux de « bounce » minimum. Un taux de bounce inférieur à 4/5% **max**. vous aidera à rester au dessous du déclenchement des « radars de blacklistage ».

***IMPÉRATIF : VÉRIFIER VOTRE NOM DE DOMAINE

Lorsqu'on parle de vérifier son nom de domaine, il s'agit clairement de lui attribuer au minimum : 1. Une signature numérique appelée **signature DKIM** et 2. Une valeur cohérente(IP) pour passer avec succès **la validation SPF**. Nous n'allons pas nous étaler ici sur des explications techniques mais sachez que, pour votre sécurité mais aussi pour votre réputation, les manipulations relatives à ce sujet présentées ci-dessous sont indispensables. Et Non, contrairement à ce que vous aurez peut-être l'occasion de lire sur certains sites, le fait « d'équiper » son nom de domaine d'une signature DKIM ne vous garantira pas une excellente délivrabilité mais contribuera très significativement à faire avorter une tentative de « spoofing » à votre égard. La validation SPF elle, peut effectivement contribuer à une « meilleure » délivrabilité de vos envois. A condition toujours de soigner votre sujet et corps de message, en évitant les « mots noirs » ou un comportement de spammeur. Mais mise à part cela, ce qui est sûr, c'est qu'ils vous permettront tous deux de faire fonctionner de façon optimale vos envois e-mailing. Exactement comme le maintien d'un bon niveau d'huile et de liquide de refroidissement pour le bon fonctionnement du moteur de votre voiture, sauf si vous conduisez toujours dans la zone rouge de votre compte-tours... A bon entendeur ;-)

Alors si vous le voulez bien, vérifions ensemble votre nom de domaine d'envoi qui supportera votre e-mail expéditeur(ex : admin@votre-domaine.extension* (* : .com, .net, etc.) dans l'entête (header en anglais) de tous vos e-mails :

Comme indiqué sur la capture d'écran ci-dessous, cliquez sur le menu Domaines >> Domaines d'envoi.

Vous arriverez sur la page « Voir les domaines d'envoi » où vous pourrez lister et vérifier tous les noms de domaine que vous souhaiterez utiliser pour vos campagnes. Cliquez sur le bouton : « Créer nouveau(elle) »

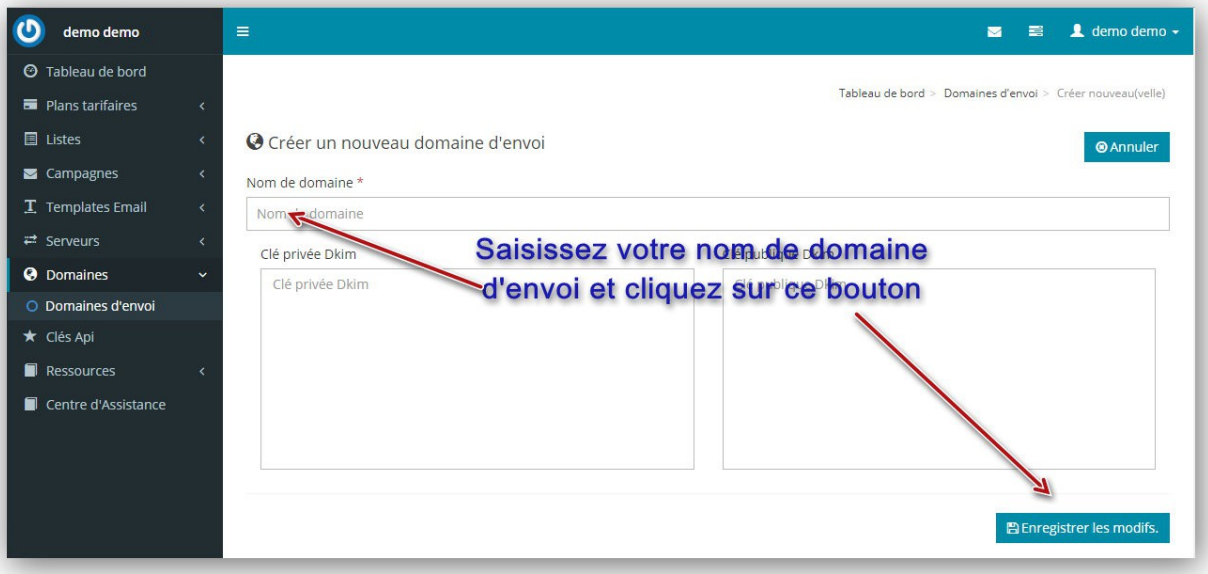
(Voir la capture d écran ci-dessous)

Vous arriverez ensuite sur un formulaire.

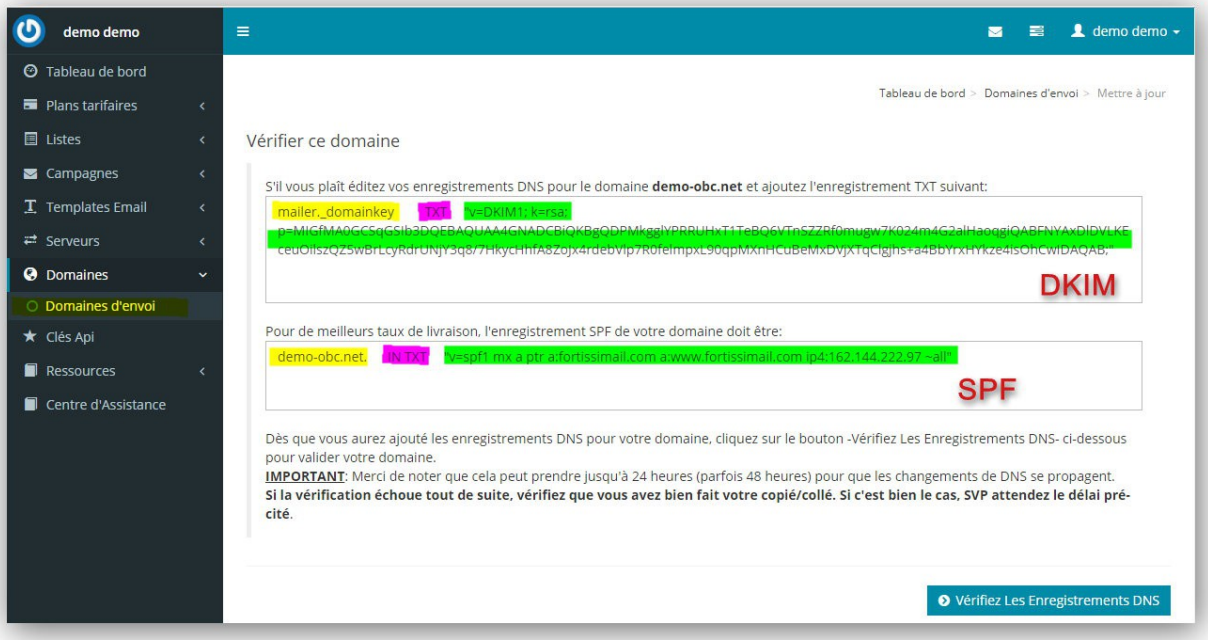
Saisissez **uniquement le nom de domaine** de votre future adresse e-mail d'expéditeur et **NON PAS** l'adresse e-mail elle-même.

Par exemple, si vous souhaitez utiliser l'adresse e-mail d'expéditeur pour toutes vos campagnes/messages comme étant « admin@demo-obc.net », ne saisissez dans le champ requis que le nom de domaine : « demo—obc.net »

(Suivez les instructions données sur la capture d'écran de la page suivante)



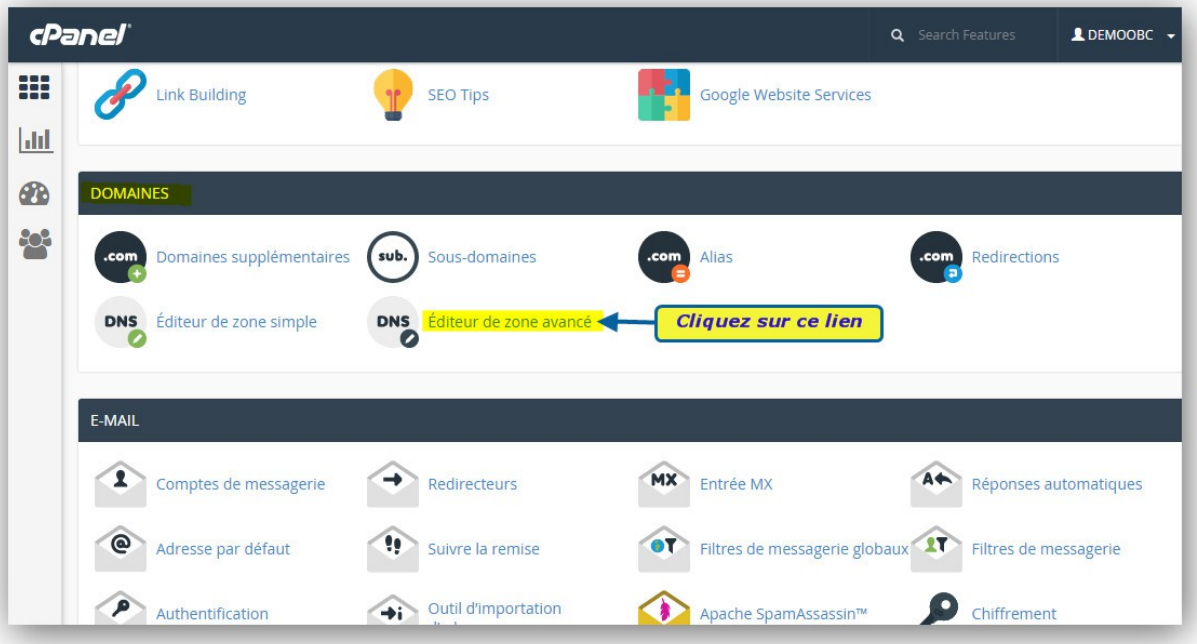
Après avoir cliqué sur le bouton « Enregistrer les modifs. », le système va alors vous fournir immédiatement votre clé DKIM, ainsi que la valeur de validation SPF comme vu ci-dessous, sur la page « Mettre à jour le domaine d'envoi » : **Ne cliquez pas** pour l'instant sur le bouton en bas « Vérifiez Les Enregistrements DNS ».



Pour le moment, les manipulations dans FORTISSIMAIL sont terminées. Gardez cette page ouverte, ouvrez un nouvel onglet de navigateur et connectez-vous à votre logiciel de gestion de votre hébergement Web : **cPanel**.

La démonstration ici est proposée avec le nouveau thème « paper-lantern » de cPanel, qui remplace le vieux « x3 ».

Une fois connecté à votre cPanel, descendez à la rubrique « DOMAINES » et cliquez sur le lien : « Éditeur de zone avancé »



Vous arriverez sur la page « Éditeur de zone avancé » (image suivante sur la page suivante) où nous allons saisir ici, pour votre nom de domaine qui expédiera vos campagnes, les 2 enregistrements **TXT** fournis par FORTISSIMAIL comme nous l'avions vu plus haut.

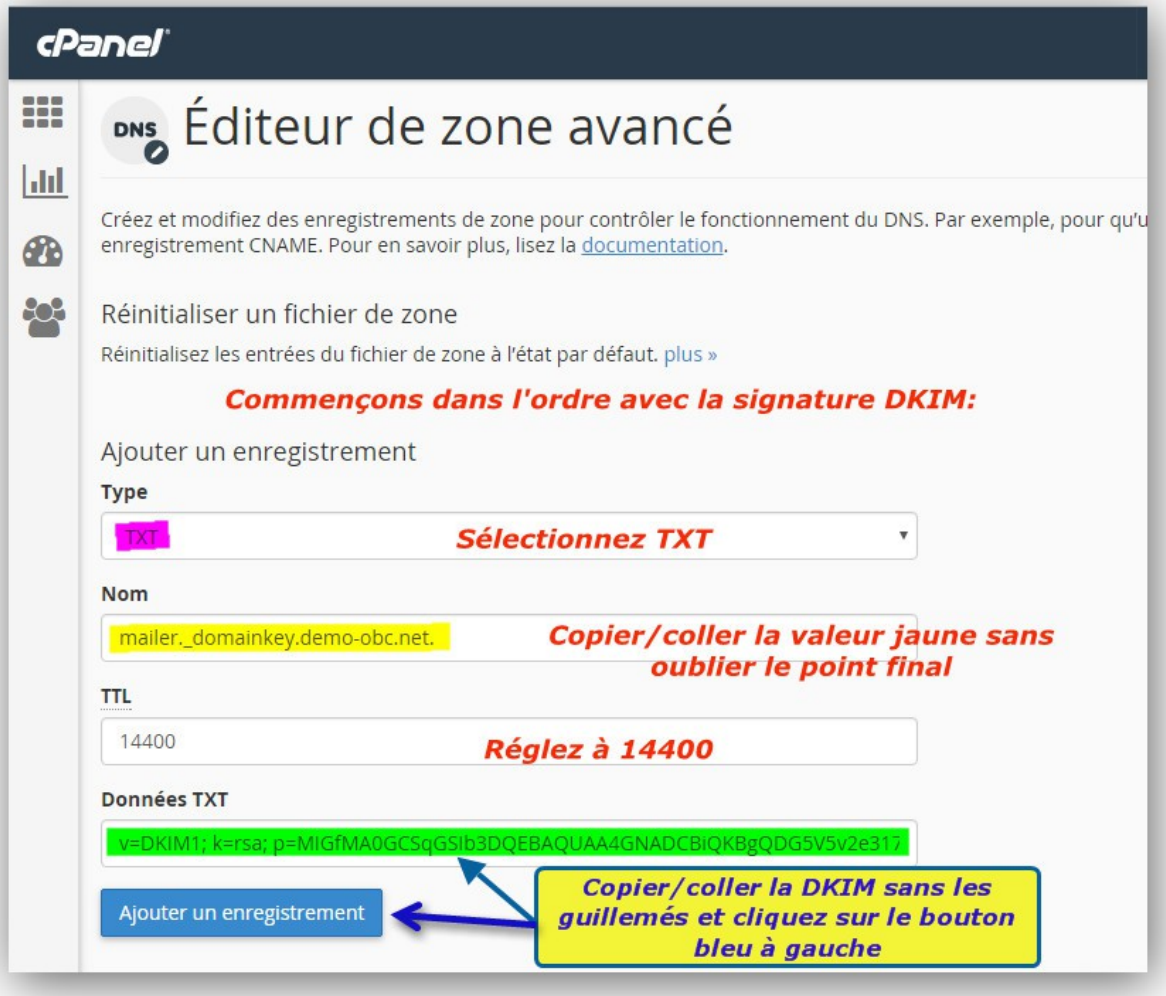
Je vous avez mis des repères de couleurs que vous retrouvez maintenant dans la capture d'écran ci-après.

Notez que cPanel rajoute, sur la valeur en jaune, votre nom de domaine suivit d'un point sur la configuration DKIM. C'est tout à fait normal.

Commencez par sélectionner la valeur **TXT** dans le déroulant, collez la valeur jaune dans le champ suivant (votre nom de domaine s'y ajoute automatiquement), dans le champ **TTL** mettez la valeur **14400.**

Enfin, collez la clé DKIM -valeur verte dans Fortissimail- (sans les guillemets) dans le dernier champ. (finie par un point-virgule!)

Cliquez à présent sur le bouton bleu : « **Ajouter un enregistrement** »



Nous allons faire de même, toujours en suivant le guide des couleurs, avec l'enregistrement de la validation SPF (Voir page suivante)

Descendez maintenant plus bas sur cette même page et vous pourrez observer tout en bas du tableau que les enregistrements de vos ajouts ont bien été pris en compte.

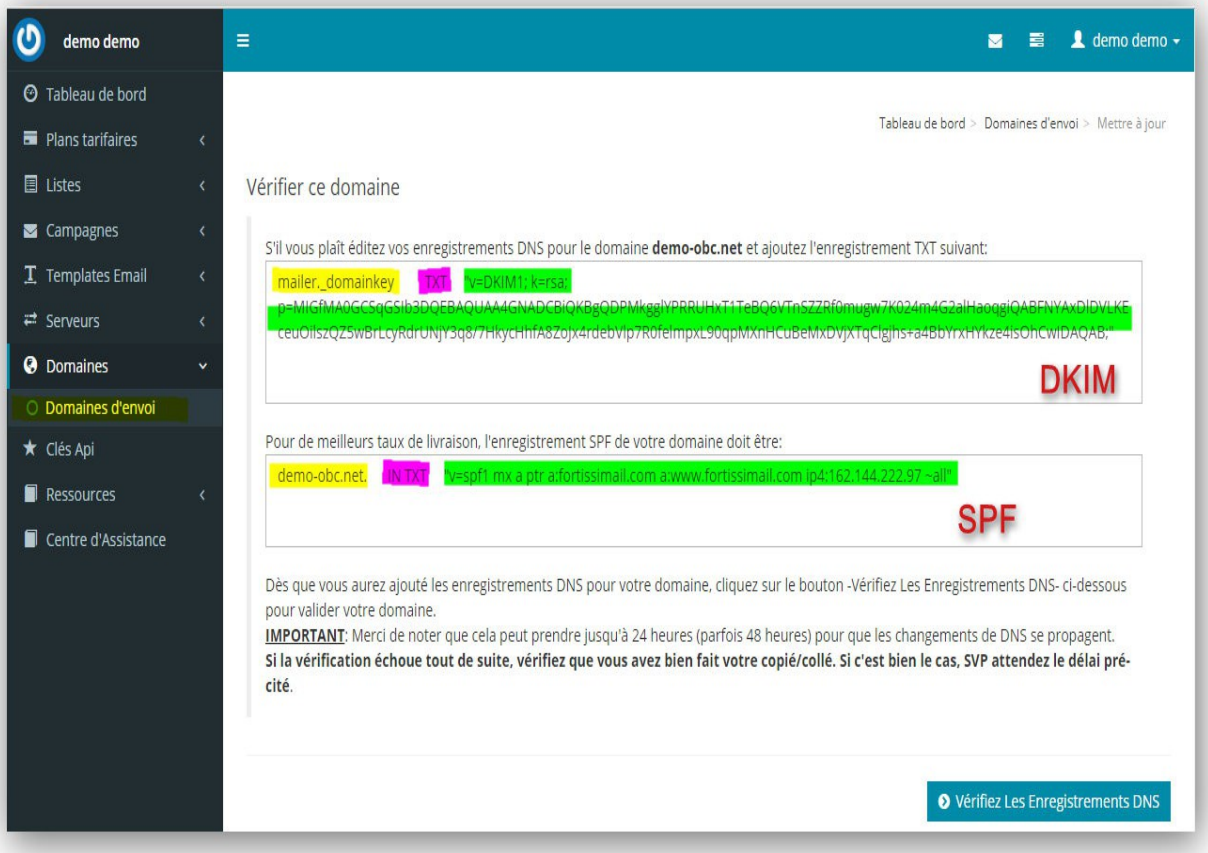
<u>Vous pouvez ensuite vous déconnecter de votre cPanel</u>.

mailer._domainkey.demo-obc.net.	14400	IN	TXT	v=DKIM1; k=rsa; p=MIGfMA0GCSqGSIb3DQEBAQUAA4GNADCBiQKBgQDG5V5v2e317vaIRhii3dsPNviY XBB6ProKTGW1i3NqZOxzIyG03zyttKr+wOO/1nIv5w4s7kuYzqs3O+suc0EC7ga9 +nEQXxyQ9PWr w6nj0TPmCScOUshWILBoso4XNA9v9uIpl7IFTVWa99I68gfyGmAD 8EM97Cr96Q6+12OkeQIDAQAB;
demo-obc.net.	14400	IN	TXT	v=spf1 mx a ptr a:fortissimail.com a:www.fortissimail.com ip4:162.144.222.97 ~all

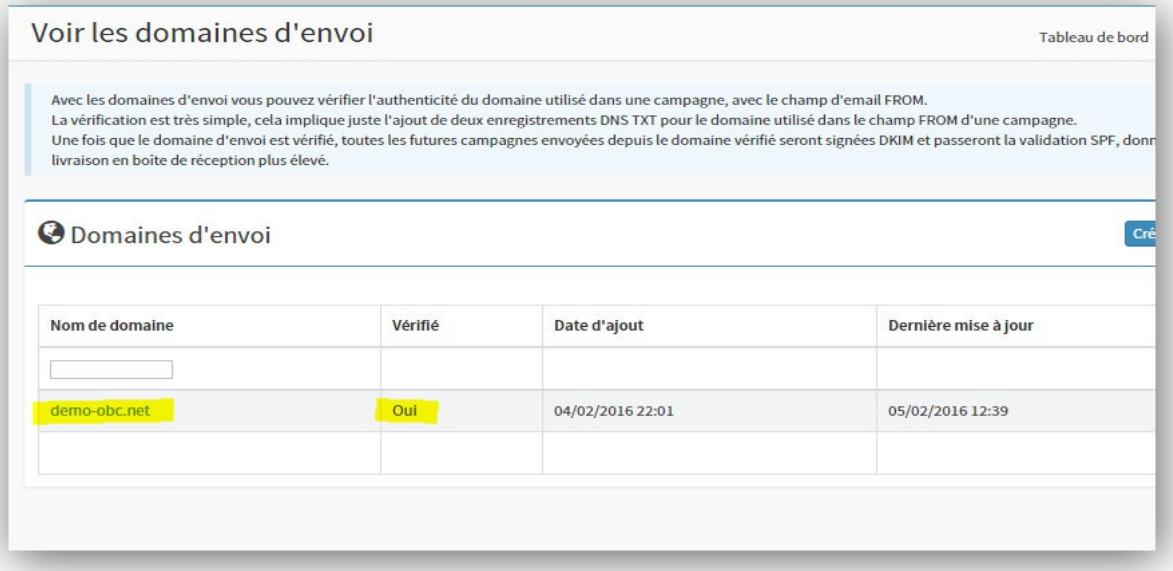
Retournons maintenant dans notre page Fortissimail, qui doit se trouver toujours ouverte dans un autre onglet de votre navigateur, et vérifions effectivement votre nom de domaine simplement **en cliquant <u>maintenant</u> sur le bouton en bas à droite** :

« Vérifiez Les Enregistrements DNS »

Après avoir cliqué sur le bouton « **Vérifiez Les Enregistrements DNS** » vous devez obtenir la page suivante :



Si vous cliquez à présent dans le menu principal de gauche sur « Domaines » >> « Domaines d'envoi », vous pourrez constater que votre domaine a bien été vérifié et qu'il est prêt pour tester et/ou envoyer réellement vos campagnes e-mailing :



NOTE TRÈS IMPORTANTE :

Lorsque vous avez complété votre profil de compte, ainsi que pour l'ouverture de votre compte FORTISSIMAIL, vous avez certainement utilisé une adresse e-mail personnelle du type mon-nom@gmail.com (par exemple).

Donc à chaque fois que vous allez créer une liste d'envoi, le système mettra cette adresse e-mail par défaut, comme étant l'adresse de l'expéditeur de campagne. Il ne faudra pas, bien sûr, conserver cette mauvaise configuration.

Mais de toute façon, le système vous affichera un message d'erreur comme : « *Vous n'avez pas vérifié votre nom de domaine gmail.com* » si vous testez ou essayez d'envoyer ensuite votre campagne avec une telle adresse...

>> Ce qui est impossible à faire puisque ce domaine (ici gmail.com) **ne vous appartient pas, il appartient bien sûr à Google...Vous ne pourrez donc pas le vérifier...**

Rendez-vous dans votre cPanel et créez une adresse e-mail avec votre nom de domaine (maintenant vérifié). Exemple : admin@votre-domaine.ext

(ext. = l'extension en .com, .net, .org, etc.)

Toujours dans votre cPanel, mettez en place une redirection pour votre nouvelle adresse admin@votre-domaine.ext vers votre adresse perso. :

mon-nom@gmail.com.

Comme cela vous ne raterez rien des messages envoyés à :

admin@votre-domaine.ext puisqu'ils arriveront aussi maintenant sur votre adresse e-mail perso :

mon-nom@gmail.com

Deux solutions s'offriront ensuite à vous :

1. **Au coup par coup :**

A chaque fois que vous créerez une liste, vous prendrez soin de remplacer l'adresse e-mail mon-nom@gmail.com mise par défaut par le système (car c'est votre adresse de connexion à votre compte), par votre adresse e-mail vérifiée : admin@votre-domaine.ext

>> Cette solution est préconisée si vous utilisez plusieurs domaines (vérifiés) pour vos envois, selon les besoins de vos multiples activités. Avec un abonnement de base, vous pouvez avoir et vérifier jusqu'à 10 noms de domaine.

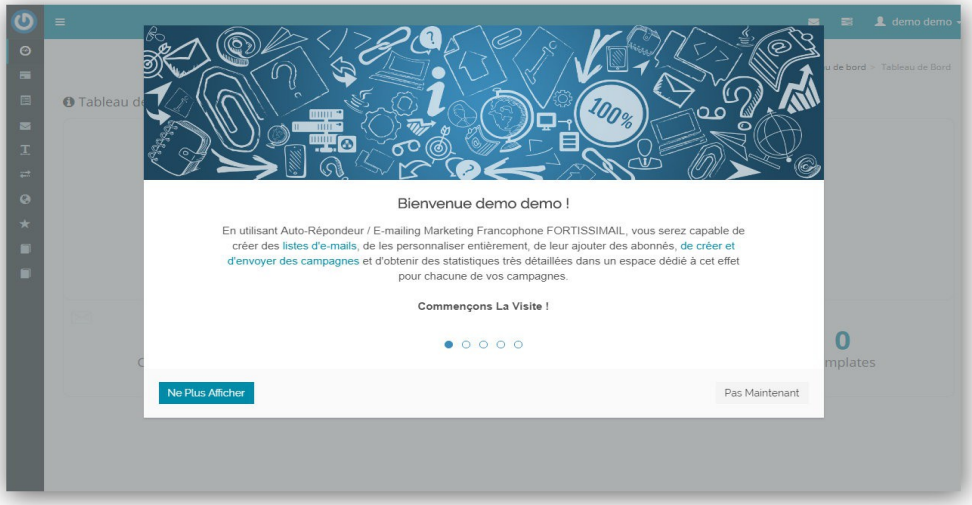
2. **Définitive :**

Rendez-vous dans le menu « **Mon Compte** » et modifiez l'adresse e-mail de votre profil. Remplacez donc maintenant votre adresse email de connexion à votre compte Fortissimail mon-nom@gmail.com par votre nouvelle adresse admin@votre-domaine.ext

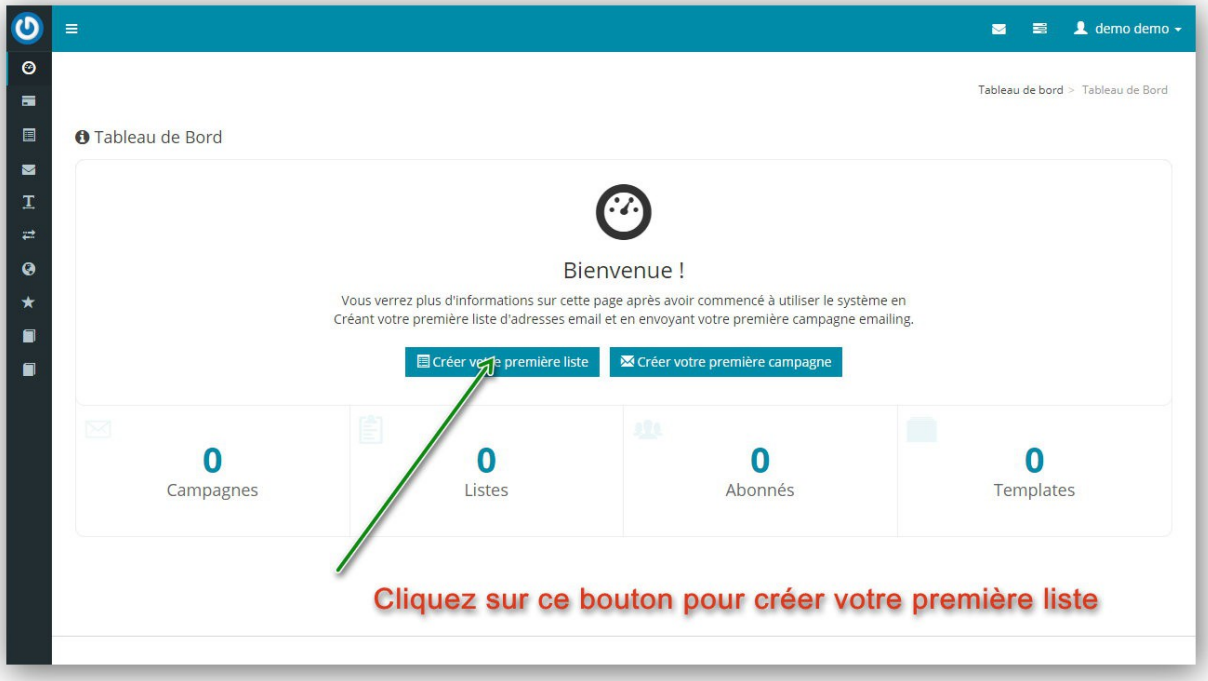
>> Cette solution sera la meilleure si vous n'utilisez qu'un seul nom de domaine pour toutes vos activités ou du moins, un domaine principal pour votre réseau.

1. TABLEAU DE BORD : CRÉEZ VOTRE PREMIÈRE LISTE

Une fois connecté à votre compte, vous verrez apparaître le tableau de bord, semblable à l'image présentée ci-dessous. Le design de l'application étant complètement « **responsive** », votre tableau de bord pourra être différent et s'adapter automatiquement en fonction de la dimension de l'écran de l'appareil que vous utiliserez lors de votre connexion à l'application (tablettes, smart-phones...).



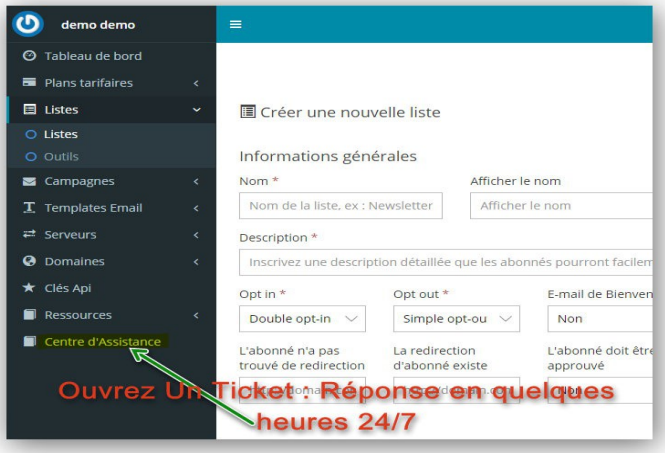
Vous aurez le choix de faire « le tour du propriétaire » ou de cliquer sur le bouton « Pas Maintenant » pour remettre cela à plus tard. Si vous êtes un(e) habitué(e) de ce genre d'application, vous pourrez aussi cliquer sur le bouton « Ne Plus Afficher ». Dans les 2 cas, vous obtiendrez l'écran ci-dessous :



Cliquez sur le bouton « **Créer votre première liste** » et vous serez invité à remplir tous les champs nécessaires à la création d'une nouvelle liste. (Voir la capture d'écran **sur la page suivante** SVP.)

A chaque fois que vous cliquerez seulement dans un champ à remplir, une « bulle d'aide » s'ouvrira et vous indiquera quoi écrire/mettre dans ce champ.

NOTE : **Si malgré tout vous trouvez que ce n'est pas assez clair** pour vous, n'hésitez pas une seconde à ouvrir un ticket d'assistance dans le menu « Assistance » de votre compte comme montré sur la capture d'écran ci-dessous :



demo demo

Cliquez Simplement Dans N'Importe Quel Champ
Pour Savoir Immédiatement Quoi Y Mettre ;)

Nom

Le nom de votre liste d'email: Il sera montré dans vos sections d'espace client.

Annuler

Nom

Nom de la liste, ex : Newsletter.

Afficher le nom

Afficher le nom

Par défauts

Nom de l'expéditeur *

demo demo

Description *

Inscrivez une description détaillée que les abonnés pourront facilement reconnaitre.

Email de l'expéditeur *

admin@demo-obc.net

Opt in *

Double opt-in

Opt out *

Simple opt-out

E-mail de Bienvenue

Non

Répondre à *

admin@demo-obc.net

L'abonné n'a pas trouvé de redirection

http://domain.com/sub

La redirection d'abonné existe

http://domain.com/sub

L'abonné doit être approuvé

Non

Objet

Newsletter de la semaine

Vos Notifications

Soumettre *

Non

Pour les Désabonnement à cette liste *

Non

Abonnez-vous aux notifications d'inscriptions

moi@mon-entreprise.com

Abonnez-vous aux notifications de désinscriptions

moi@mon-entreprise.com

Actions d'abonnés

Actions à l'inscription | Actions à la désinscription

Quand un abonné s'inscrira dans cette liste, s'il existe déjà dans une ou plusieurs listes ci-dessous, le désinscrire de ces listes. Merci de noter que la désinscription des listes ci-dessous est "silencieuse": Aucun email n'est envoyé à l'abonné pour le lui notifier.

Informations de l'entreprise (Par défaut représente votre entreprise)

Nom *

Entreprise Demo OBC

Type/Industrie

eCommerce

Pays *

Canada

Région

Québec

Address 1 *

7 rue de la démonstration

Address 2

Address 2

Zone (pour la France, "Aucune")

Zone (pour la France, "

Ville *

Laval

Code postal *

H7N5A8

Téléphone

450 764 1589

Site Web

http://demo-obc.net

Format de l'adresse * [Balises/Tags disponibles]

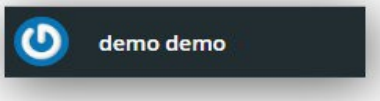
[COMPANY_NAME]
[COMPANY_ADDRESS_1] [COMPANY_ADDRESS_2]
[COMPANY_CITY] [COMPANY_ZONE] [COMPANY_ZIP]
[COMPANY_COUNTRY]

Enregistrer les modifs.

1-1. Le Menu Supérieur Horizontal du Tableau de Bord

C'est la barre bleue horizontale tout en haut, pour les liens rapides, le menu « mobiles » et les paramètres de votre compte.

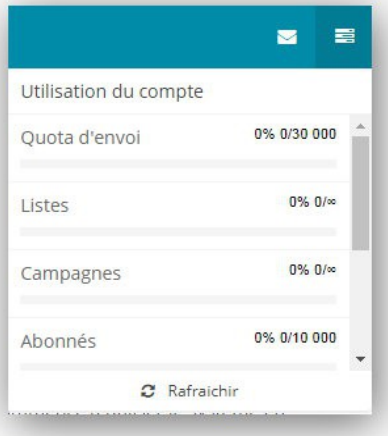
a) <u>Sur le côté gauche</u> :



1. Votre identité « CLIENT FORTISSIMAIL » qui intègre votre photo (à ajouter dans votre profil) ainsi que votre prénom et votre nom.

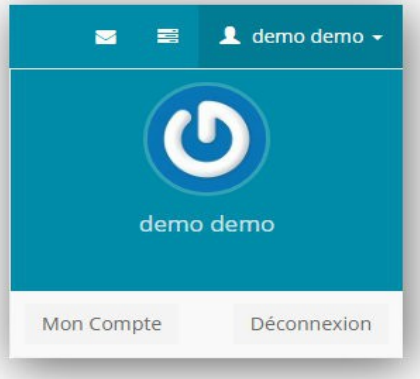
2. Icône de « Rangement du Menu », actif sur la colonne-menu de gauche. Il vous permet de cacher le menu de gauche pour bénéficier d'une plus grande surface de travail. Très utile sur les tablettes et smartphones pour utiliser et voir le menu seulement lorsqu'on en a besoin.

b) <u>Sur le côté droit</u> :

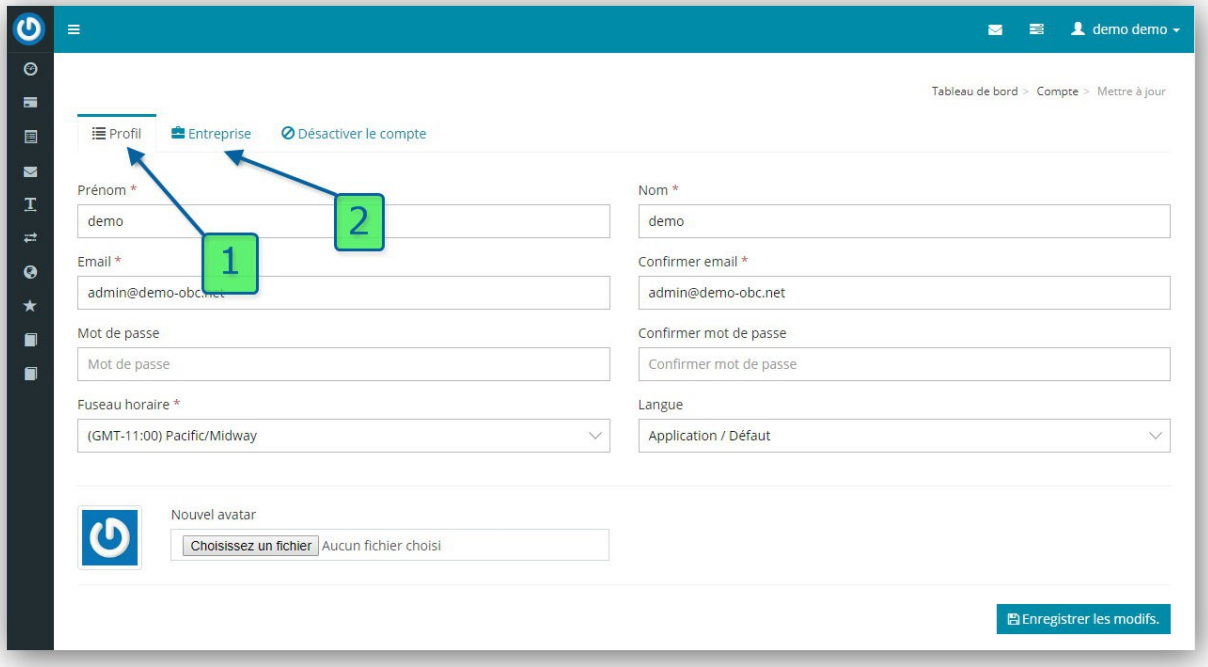


1. Icône « Messagerie » pour les notifications de notre administration.

2. Icône « Utilisation du Compte » : Vous donne un état de votre compte & quotas



1. Après avoir cliqué sur votre nom en haut à droite, cliquez maintenant sur l'onglet « Mon Compte », remplissez les champs de votre profil et de votre activité/Entreprise (1 et 2 en vert sur la photo ci-dessous). Ceci est absolument indispensable pour pouvoir créer une campagne et pour assurer une bonne « conformité d'envoi » nécessaire à la réussite de vos campagnes et messages de suivis (auto-répondeurs) tout en respectant la loi !



2. LE MENU

Le menu gauche contient l'aspect le plus important de l'application comme ses fonctionnalités pour l'e-mail marketing. Il y a 3 zones distinctes concernant directement l'e-mail marketing :

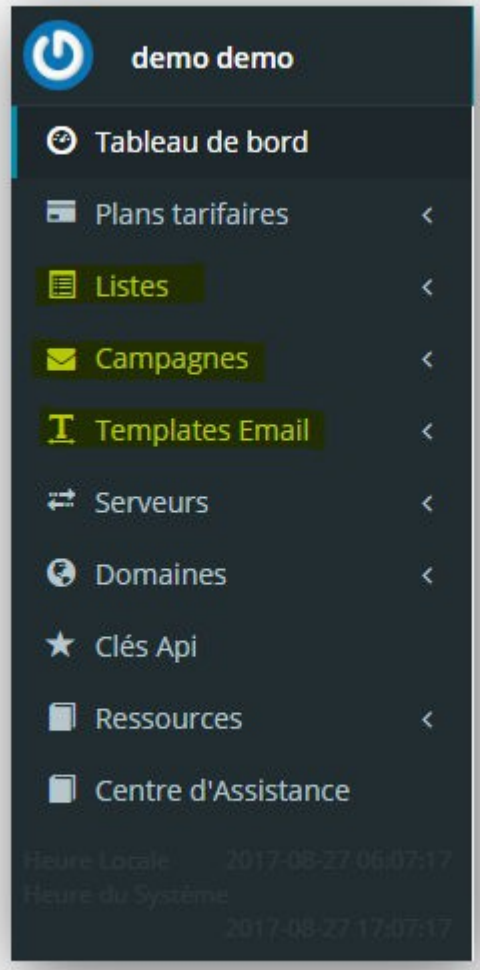
Les Listes, Les produits et/ou les services que vous souhaitez diffuser auprès de vos prospects : Les Campagnes et le design de vos envois d'e-mails : Les Templates.

Vous avez la possibilité de créer, modifier, ajouter et supprimer n''importe laquelle de vos listes, campagnes ainsi que les templates.

C'est ici, en travaillant dans ces zones, que vous augmenterez votre connaissance sur la puissance de cette application et de l'e-mail marketing.

Il y a des trésors cachés, comme les formulaires (ou pages de formulaires personnalisables à placer sur vos sites) et les outils de tracking (qui vous aideront grandement dans vos messages de suivis/segmentations) et beaucoup d'autres encore, qui vous aideront à développer votre e-business de façon exceptionnelle s'ils sont utilisés méthodiquement.

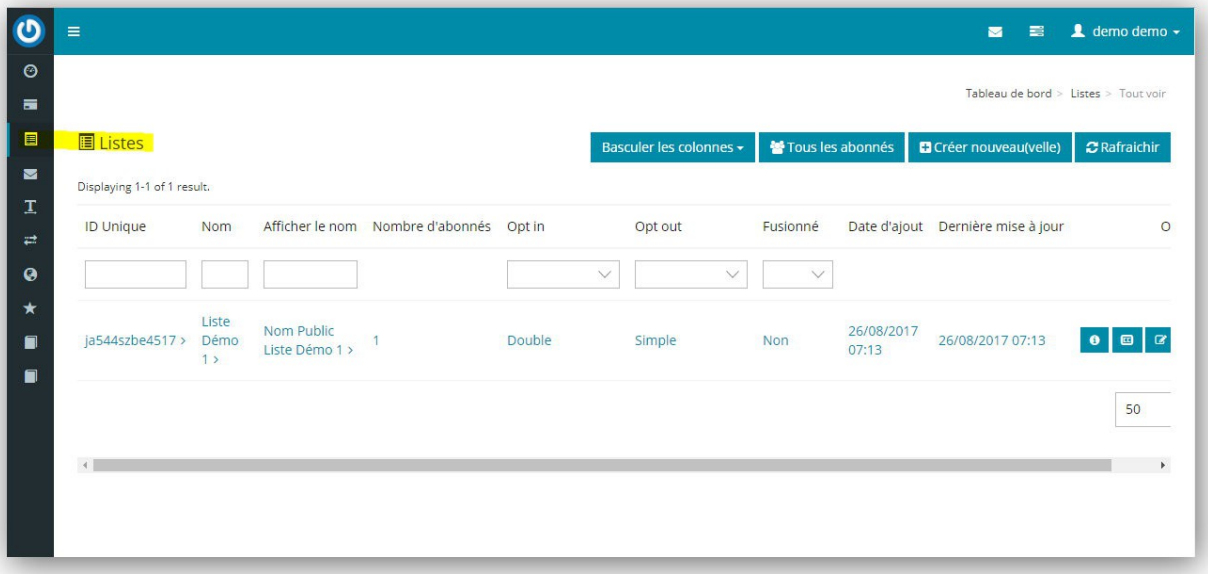
Passons maintenant aux aperçus des **principaux** liens de votre menu de gauche...



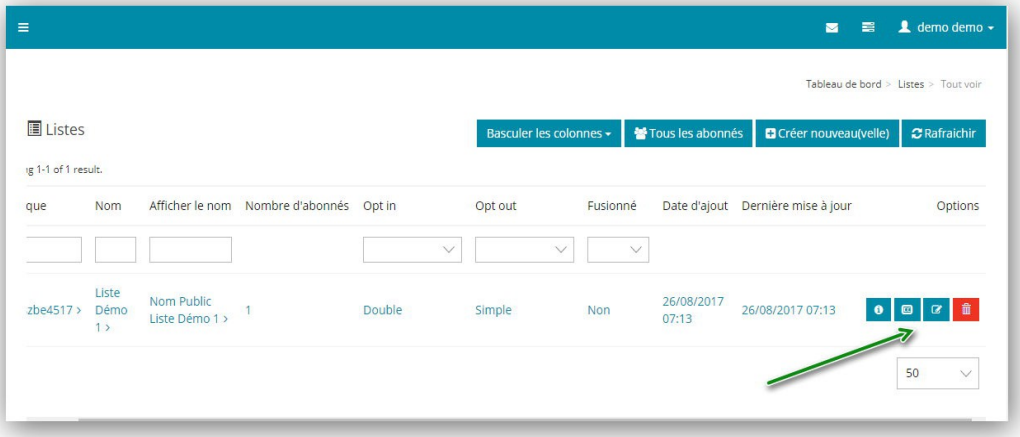
A. Listes : Menu des listes

1. Menu Listes > Listes

En cliquant sur le Menu « Listes » / sous-menu « Listes », vous verrez vos listes actuelles ou vous pourrez en créer une nouvelle. Si il y a un grand nombre de listes, les champs texte de recherche et/ou le déroulant du nombre d'affichage sur la page vous aideront à trouver rapidement la liste désirée.



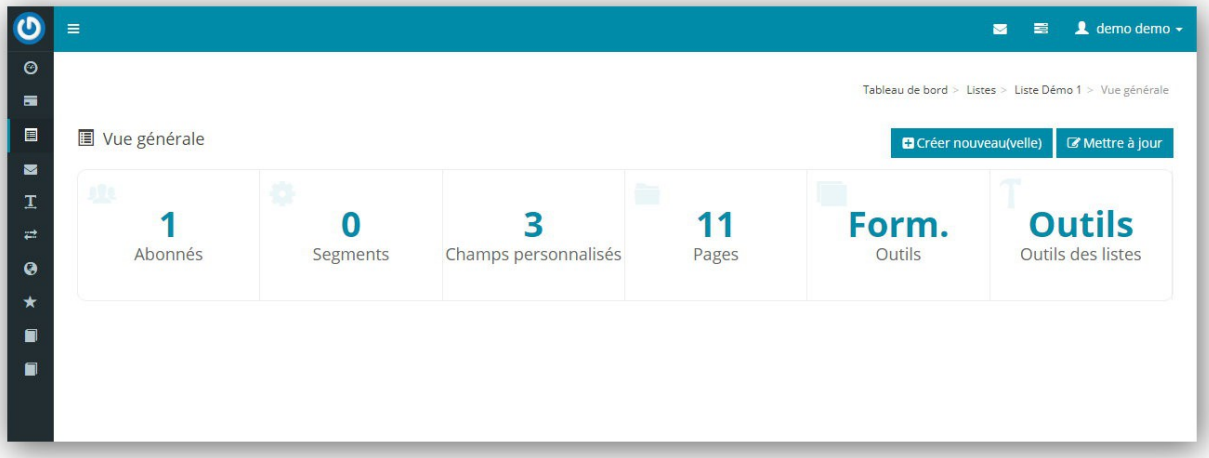
Une fois que vous avez créé votre liste, celle-ci apparaît sur la page des listes, avec son nom, son nom d'affichage s'il est différent et précisé par vous lors de la création, ainsi que 4 liens-icônes à droite de la liste.



Les 4 icônes sur l'image précédente : **Vue Générale, Copier, Mettre à jour, Supprimer**.

L'icône d'**aperçu**, à gauche, présente le plus grand intérêt. Il a quelques puissantes fonctionnalités que vous utiliserez de plus en plus à l'usage et au fil du temps. Lorsque vous cliquez dessus, il vous amène sur une page qui ne concerne que cette liste uniquement ! **Rappelez-vous, chaque liste a sa propre page d'aperçu, avec ses propres caractéristiques, qui s'affichera en cliquant sur la première icône : Vue Générale**.

Voila ce que cela donnera : Vous trouverez **6 menus proposés ici**

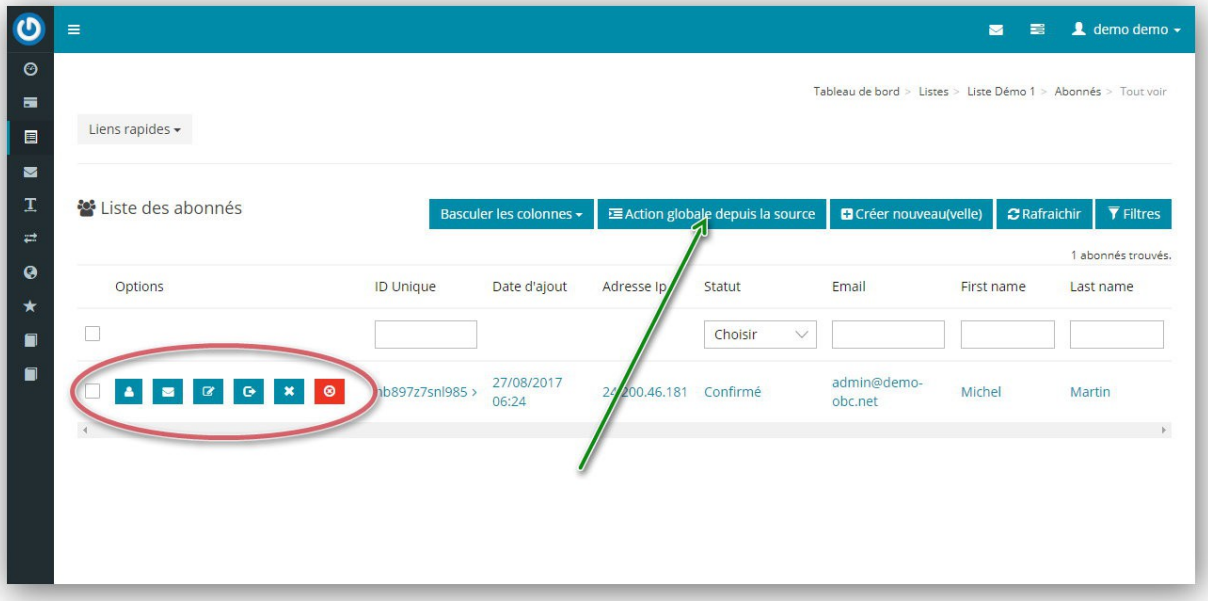


Ceci n'est pas votre tableau de bord ! Ce sont les informations et les outils à disposition **uniquement pour cette liste** ! Une puissance immense pour le plein développement de votre e-marketing et pour votre totale réussite...

1) Voir les détails de vos d'Abonnés :

Vous pouvez gérer vos abonnés actuels (créer/actualiser/enlever) et vous pouvez aussi ajuster votre liste en fonction de vos abonnés. Par exemple, vous pouvez ajouter des champs personnalisés de formulaire ou enlever ceux existants de votre choix.

Cliquez directement sur le nombre d'abonnés pour faire apparaître la fenêtre ci-dessous :



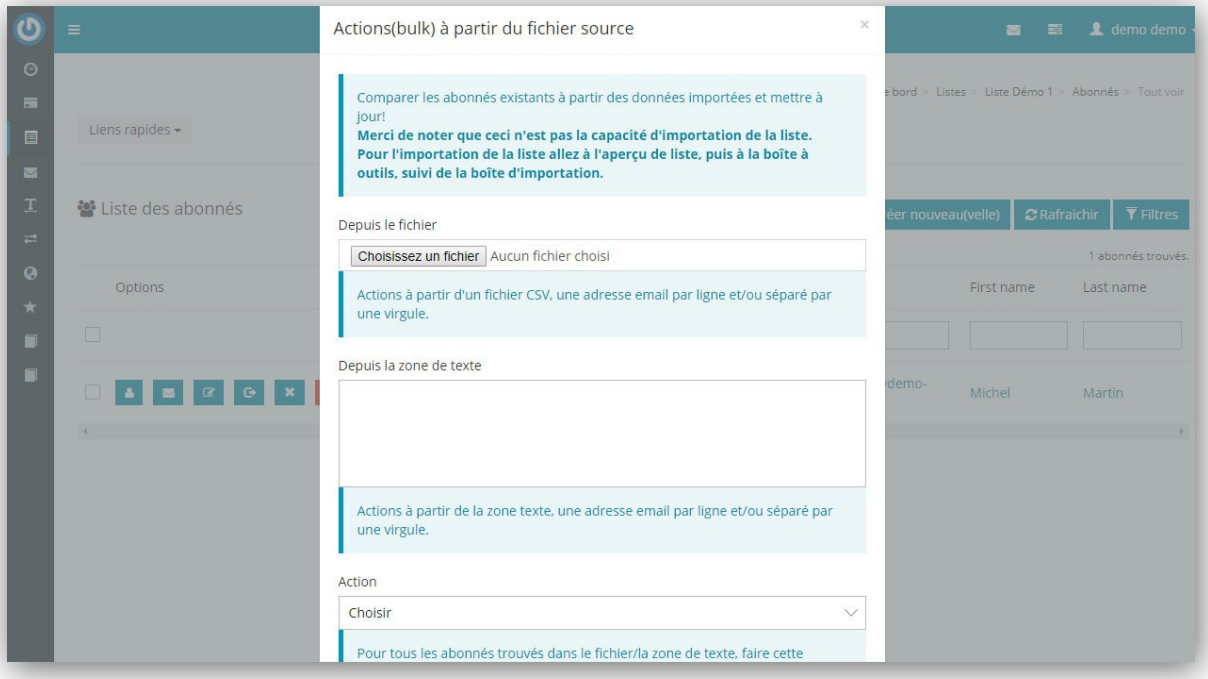
Le second bouton bleu (flèche rouge) : « Action globale depuis la source » est une des plus puissantes fonctionnalités. (*voir l'action sur la capture de la page suivante*)

Elle vous permet de comparer les abonnés ajoutés ici avec ceux déjà présent dans la liste pour effectuer une action globale, sur plusieurs abonnés simultanément.

6 icônes de contrôle de l'abonné :

De gauche à droite : Profil | Campagnes envoyées à cet abonné(e) | Mettre à jour | Désabonner | Désactiver | Suppression.

S'il vous plaît, merci de noter que vous n'êtes pas ici dans l'outil d'importation de listes. Pour importer des listes, rendez-vous sur la page des listes (Menu gauche : « Listes »), cliquez dans le tableau sur la liste concernée et cliquez sur le premier icône « vue Générale ». Cliquez ensuite sur « Outils » (Outils des listes) et enfin sur « Import ».



2) Boite de Segmentation : Vous pouvez segmenter votre liste sur des critères variés et basés sur vos champs de liste personnalisés et sur un nombre élevé d'opérateurs.

La segmentation vous aidera à cibler un type spécifique d'abonnés en envoyant vos campagnes.

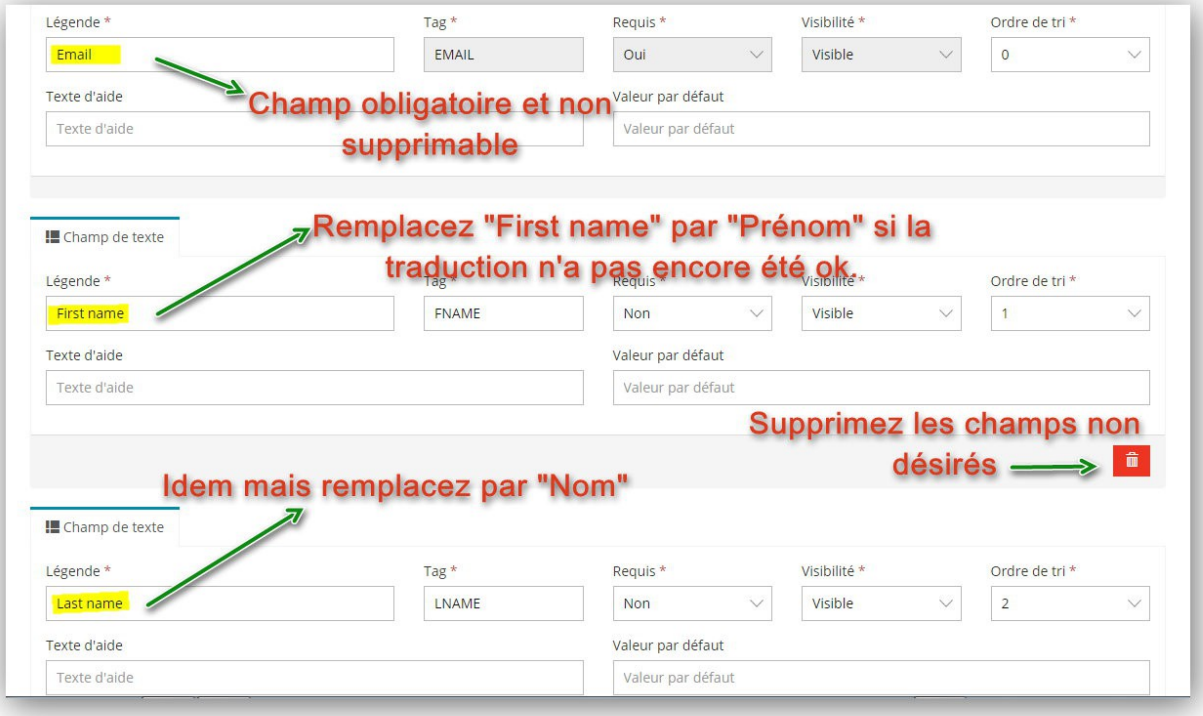
Les boites « **Champs personnalisés** », « **Pages** » et « **Formulaires** » sont dédiées à votre site web, en particulier à votre espace ou page d'inscription de vos visiteurs.

Vous avez la possibilité de créer, personnaliser et ajouter des formulaires ou pages de formulaires, sur vos sites web, d'inscription ou de désinscription.

Vous n'aurez pas besoin d'avoir de grandes connaissances de Webmaster pour placer et utiliser ces outils.

3) La page des champs personnalisés :

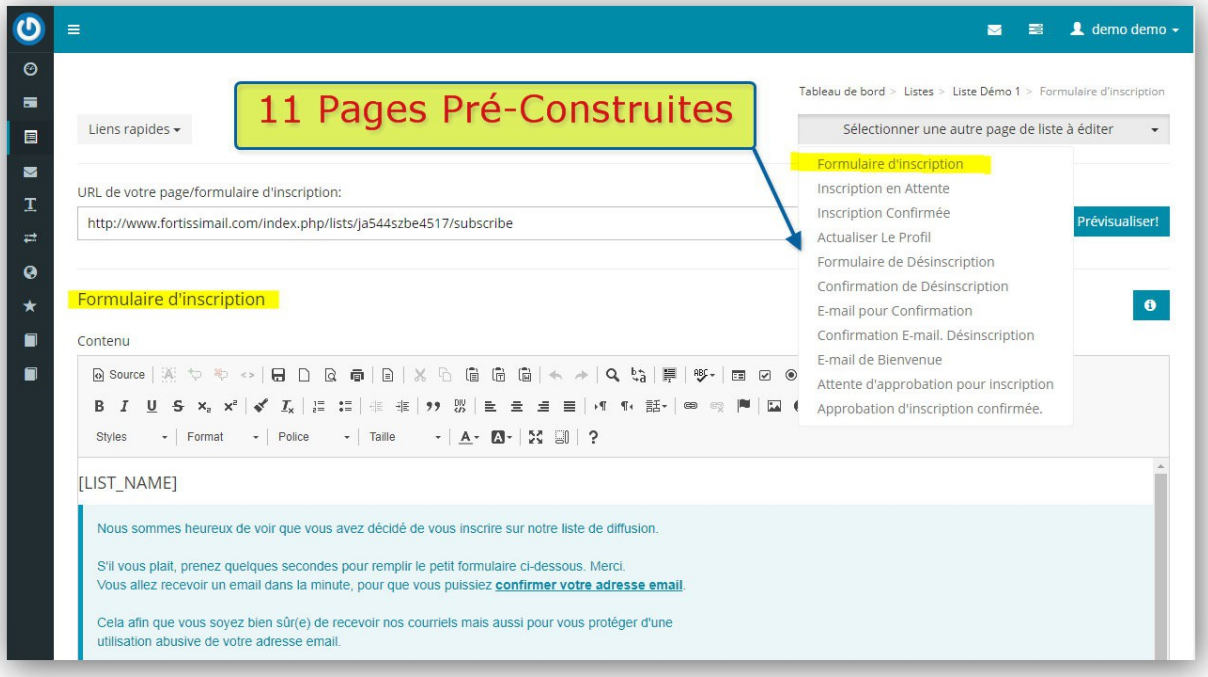
Vous pouvez créer et personnaliser des champs d'inscription pour les pages de vos sites/blogs que les visiteurs pourront ou devront alors remplir pour être ajoutés à votre liste.



Par défaut, le formulaire comprend 3 champs : **Email** (non supprimable), **First name** (Prénom), **Last name** (Nom).

Vous pouvez supprimer des champs par défaut en cliquant sur l'icône rouge « corbeille », ou le bouton « Enlever » correspondant et/ou en ajouter avec les boutons bleus en bas de cette page.

4) Ci-dessous l'aperçu des 11 Pages de liste pré-construites :

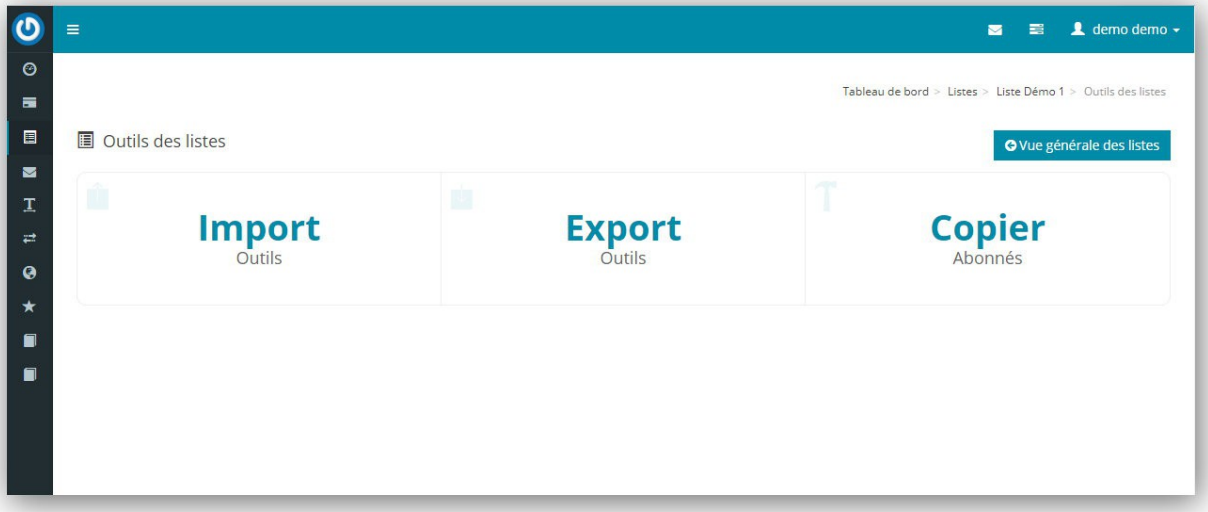


Il y a 11 **pages différentes** pré-construites par défaut que vous pouvez utiliser pour vos sites et totalement personnalisables. Il est bien entendu fortement conseillé de les personnaliser à votre logo, texte, etc.

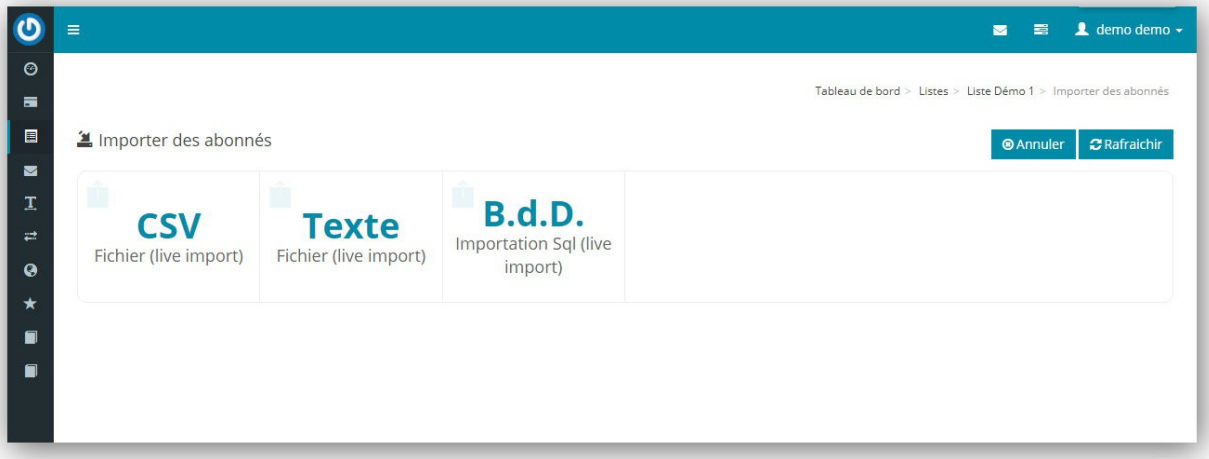
<u>Ces 11 pages sont</u> :

1. Formulaire d'inscription
2. Inscription en attente
3. Inscription confirmée
4. Actualiser le profil
5. Formulaire de désinscription
6. Confirmation de désinscription
7. E-mail pour confirmation
8. E-mail pour désinscription
9. E-mail de Bienvenue
10. Attente d'approbation
11. Approbation d'inscription

La Boite à Outils : En cliquant sur « Outils », cela amène sur **3 autres menus** pour **importer**, **exporter et copier** votre liste/vos abonnés.
Vous utiliserez des fichiers texte et .CSV pour l'importation. L'exportation quant à elle se fera en fichier .CSV uniquement.
Pour les utilisateurs avancés, qui possèdent une base de données extérieure (Sql), vous pourrez aussi utiliser le menu « B.d.D. » pour l'importation.



En cliquant sur le Menu **« Import »**, vous arrivez sur la page ci-dessous qui vous donne le choix sur le type de fichier d'importation (.CSV, texte, Base de données). Cliquez sur le menu qui correspond à votre cas et suivez les explications données. Un exemple de fichier .CSV est fourni pour vous montrer comment configurer le fichier .CSV avant de l'importer, si c'est votre choix.

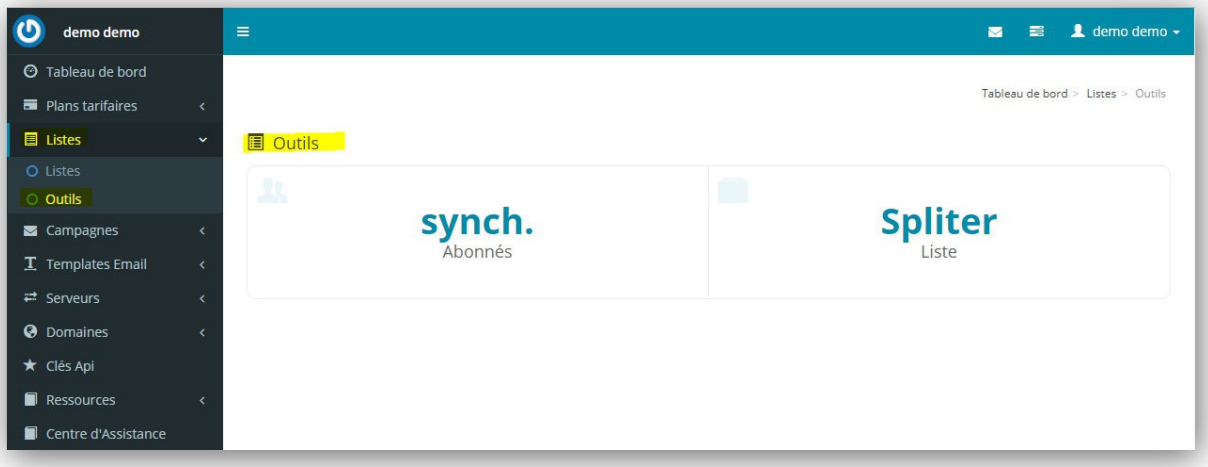


En revenant à la page précédente, si vous cliquez sur le Menu **« Export »**, sur la fenêtre qui s'ouvre alors, cliquez encore sur le menu CSV. L'exportation de votre liste sur votre machine débutera automatiquement.

2. Menu Listes > Outils

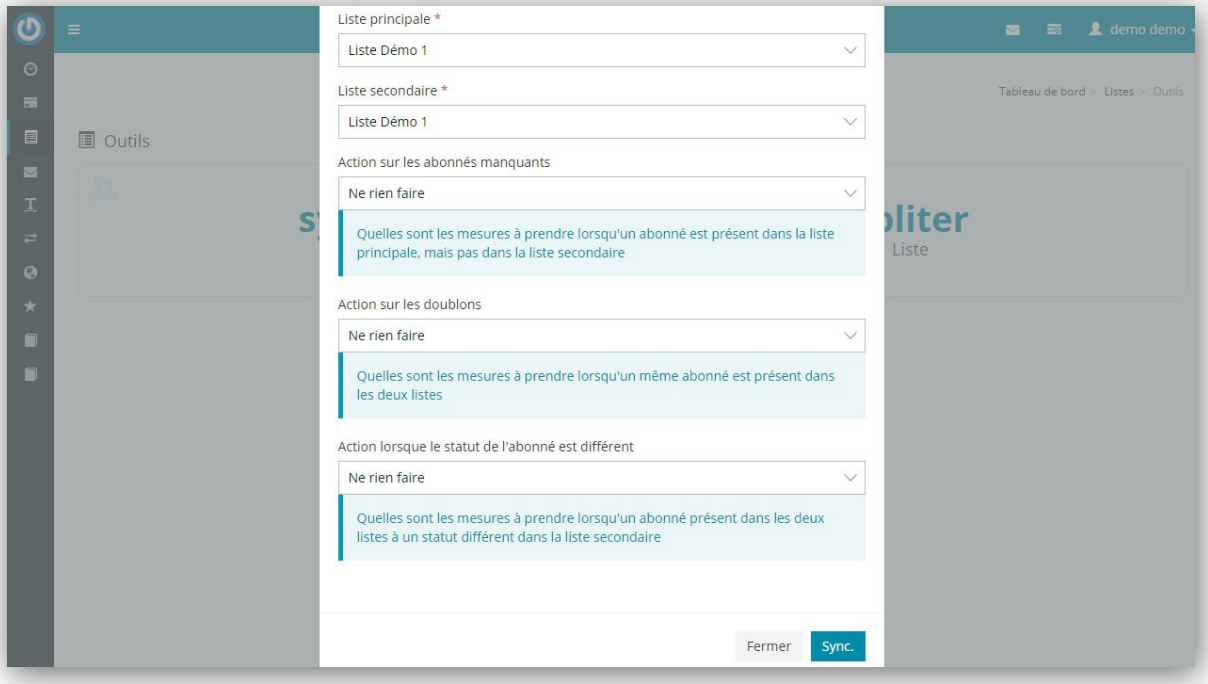
Cliquez sur « Listes » dans le menu principal gauche, puis sur le sous-menu « Outils » et vous découvrirez cette page avec 2 menus :

« Synchroniser » (les abonnés) et **« Spliter »** (les listes).

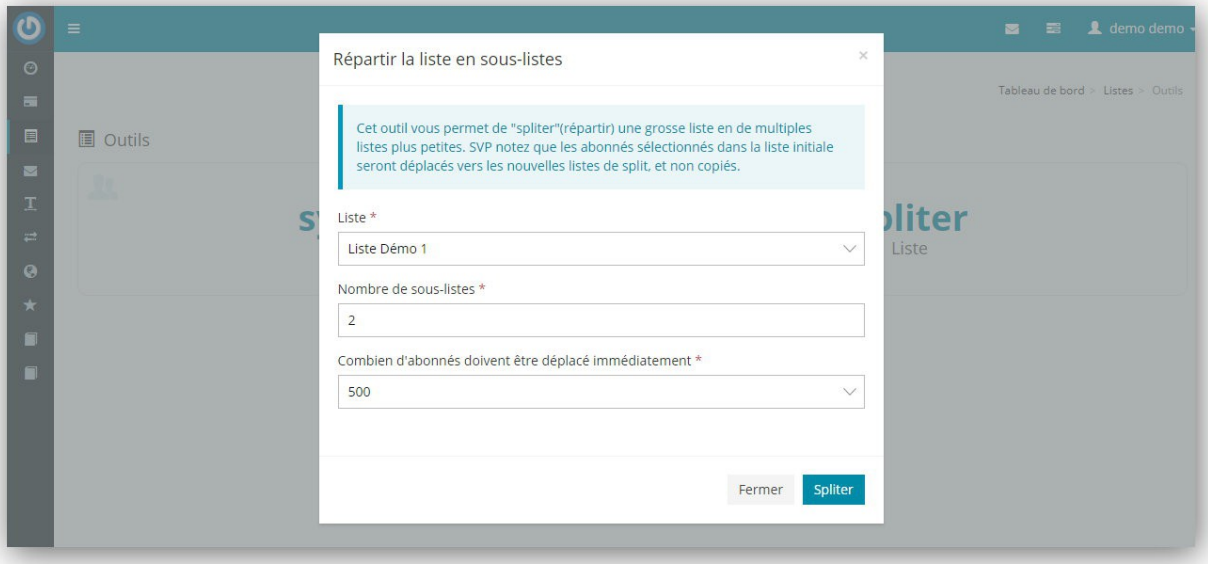


En cliquant sur ces 2 menus, voilà ce que vous découvrirez :

1. **La Boite « Synchroniser Les Listes / Les Abonnés »**



2. La Boite Pour « Spliter Les Listes »



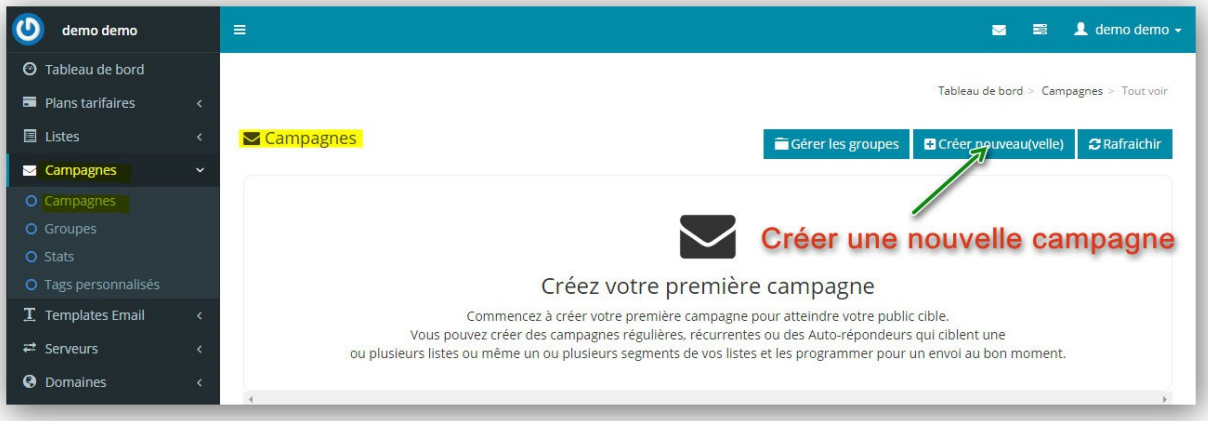
B. Campagnes – Menu des campagnes

Note importante : **Avant de créer votre première campagne, soyez sûr d'avoir bien rempli votre adresse dans votre profil, d'avoir vérifié votre nom de domaine, d'avoir créé/importé au moins une liste et d'avoir préparé votre message ou choisi un template.**

1. Menu Campagnes > Campagnes

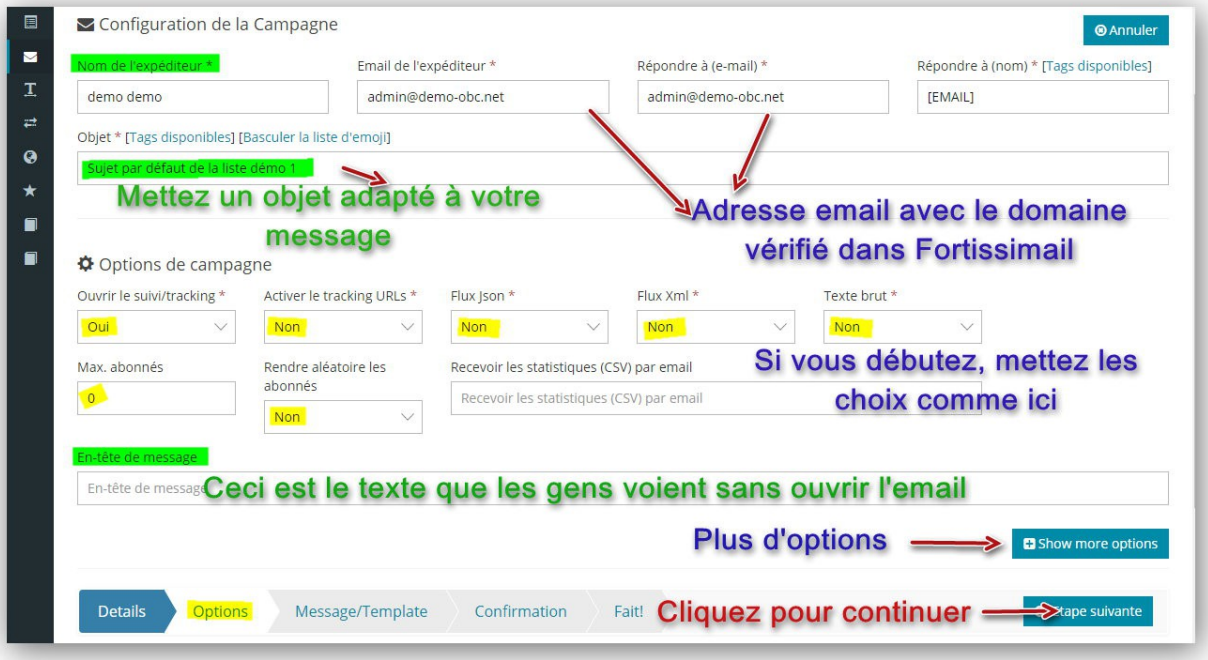
Cliquez dans le menu Gauche sur « Campagnes » > puis sous-menu « Campagnes » et vous pourrez créer ou modifier* une campagne (*si elle n'est pas encore envoyée).

Commencez à créer votre première campagne pour atteindre votre public cible.
Vous pouvez créer des campagnes régulières, récurrentes ou des Auto-répondeurs qui ciblent une ou plusieurs listes ou même un ou plusieurs segments de vos listes et les programmer/planifier pour un envoi au moment voulu.

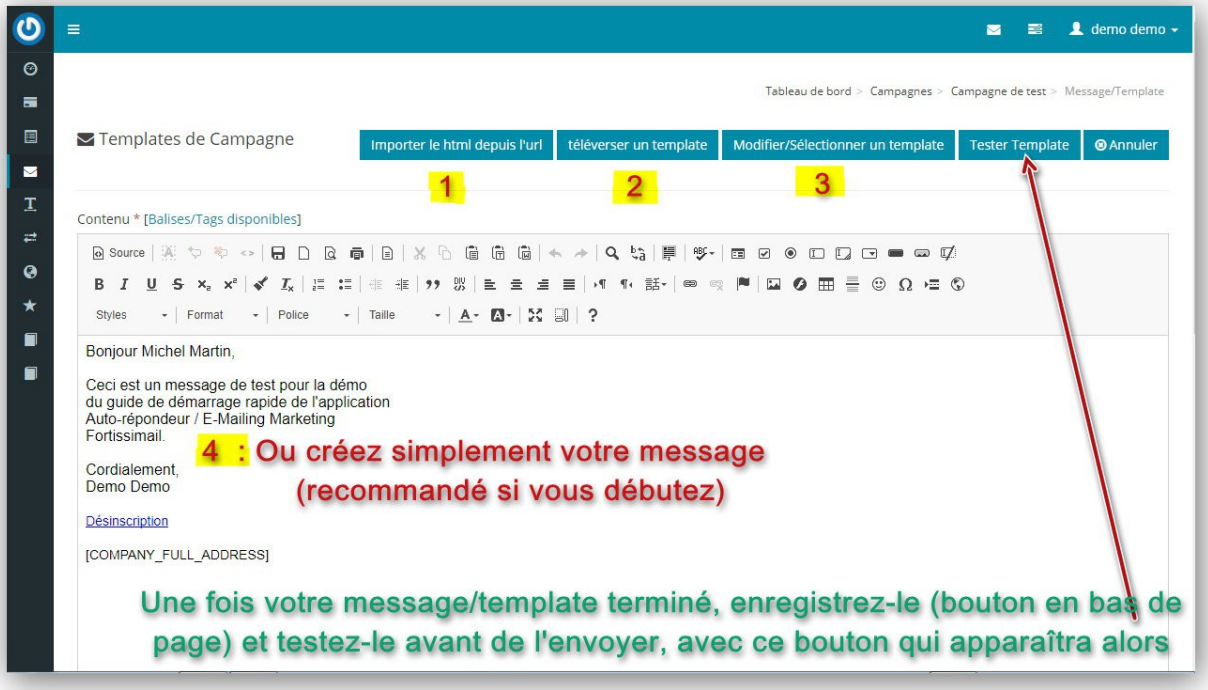


Cliquez sur le bouton : « Créer nouveau(velle) » pour commencer à créer une nouvelle campagne en remplissant **les détails** de la campagne. Il y a trois champs obligatoires : Le nom de la campagne, le type et choisir à quelle liste vous voulez envoyer votre campagne. **Ensuite il ne restera que 3 simples étapes à remplir :**

Cliquez sur « Étape suivante » et remplissez maintenant les **options de campagne** :



Une fois vos options choisies, cliquez sur « Étape suivante ». Vous arriverez sur la page des **Messages/Templates e-mail**. Choisissez parmi 4 principales propositions :



A) Vous avez le choix :

1. Importer un template depuis le web, 2. Téléverser une archive .zip depuis votre machine ou 3. Choisir un template depuis le menu gauche « Templates Email >> Templates ». Si ce dernier menu est vide, importez un/des template(s) depuis le sous-menu « Galerie ».

Enfin, 4. **Dans la grande majorité des cas, vous rédigerez plutôt un message, à l'aide l'éditeur CKeditor qui est un éditeur WYSIWYG.**

B) Insérez après votre message (ou en bas de votre template) au minimum le lien obligatoire de désinscription et l'adresse (obligatoire elle aussi) de votre domicile (ou entreprise).

Si vous ne le faites pas, l'application vous empêchera d'envoyer votre campagne et affichera une notification vous demandant de le faire obligatoirement, afin de respecter les impératifs légaux.

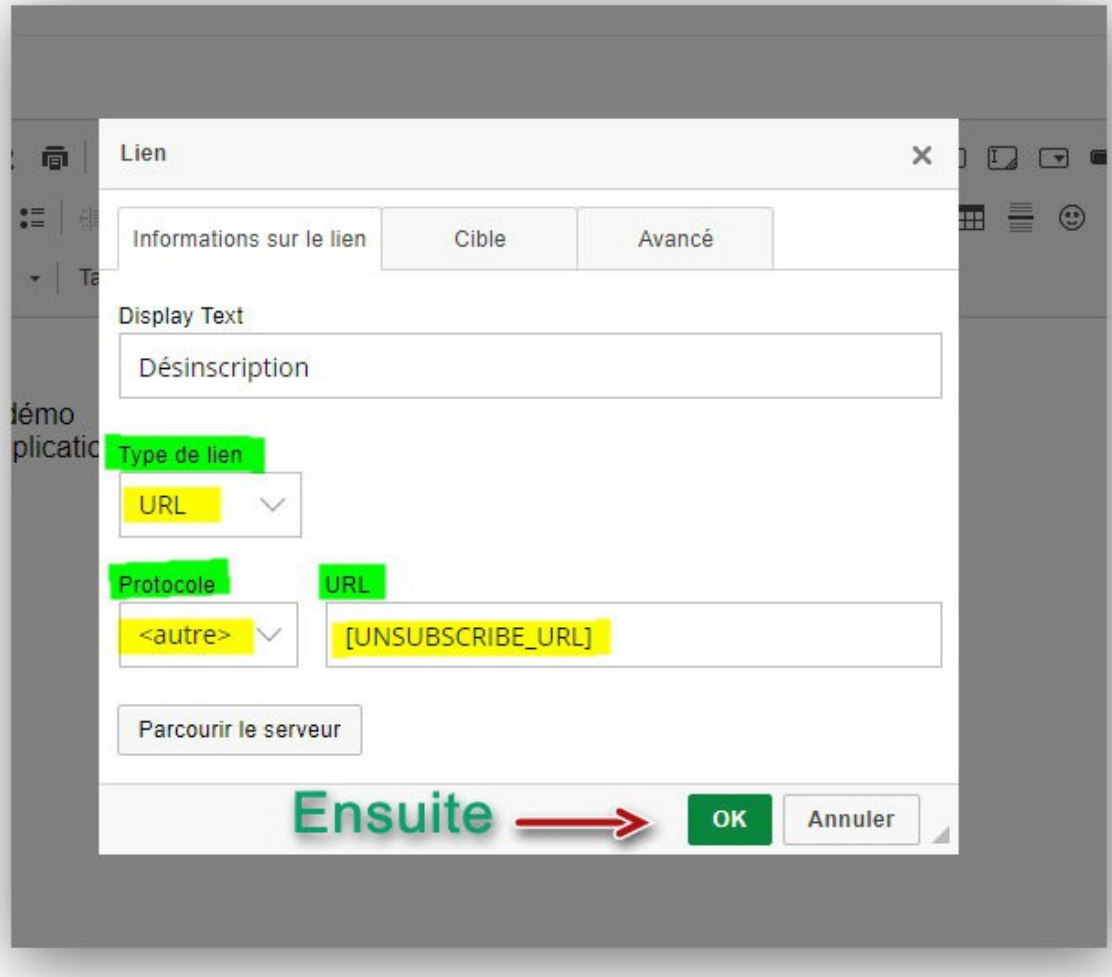
(voir page suivante)

B-1) Pour insérer le lien de désinscription :

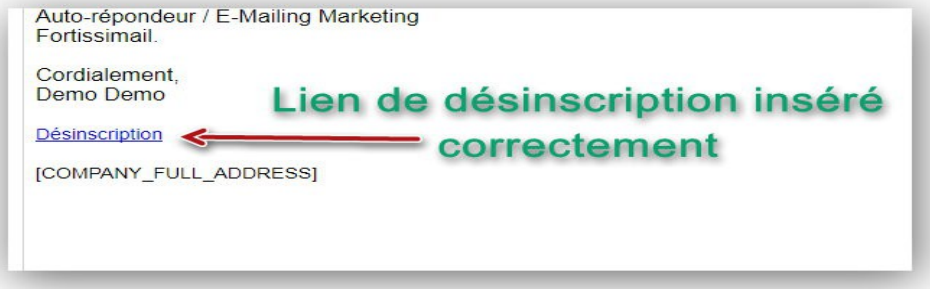
Écrivez (au minimum) le mot « Désinscription » et insérez-y un lien (surlignez le mot avec votre souris et cliquez sur l'icône d'insertion de lien dans l'éditeur) avec le tag suivant :

[UNSUBSCRIBE_URL]

Voici ce qui apparaîtra et ce que vous devrez configurer correctement :



Votre lien de désinscription sera alors bien insérer dans le mot « Désinscription »



B-2) Pour insérer votre adresse :

Comme il ne s'agit pas ici d'un lien mais d'un texte (votre adresse), il suffira de coller le tag ci-dessous (voir image précédente) directement en bas de votre message/template :

[COMPANY_FULL_ADDRESS]

Votre adresse (celle que vous aviez enregistré auparavant dans votre profil entreprise) **apparaîtra alors automatiquement en bas de votre message envoyé à votre/vos liste(s).**

C) Enregistrez le message/template

Une fois vos travaux de création ou de modification terminés, enregistrez votre travail en bas de page en cliquant sur le bouton « **Enregistrer les modifs. Template** ».

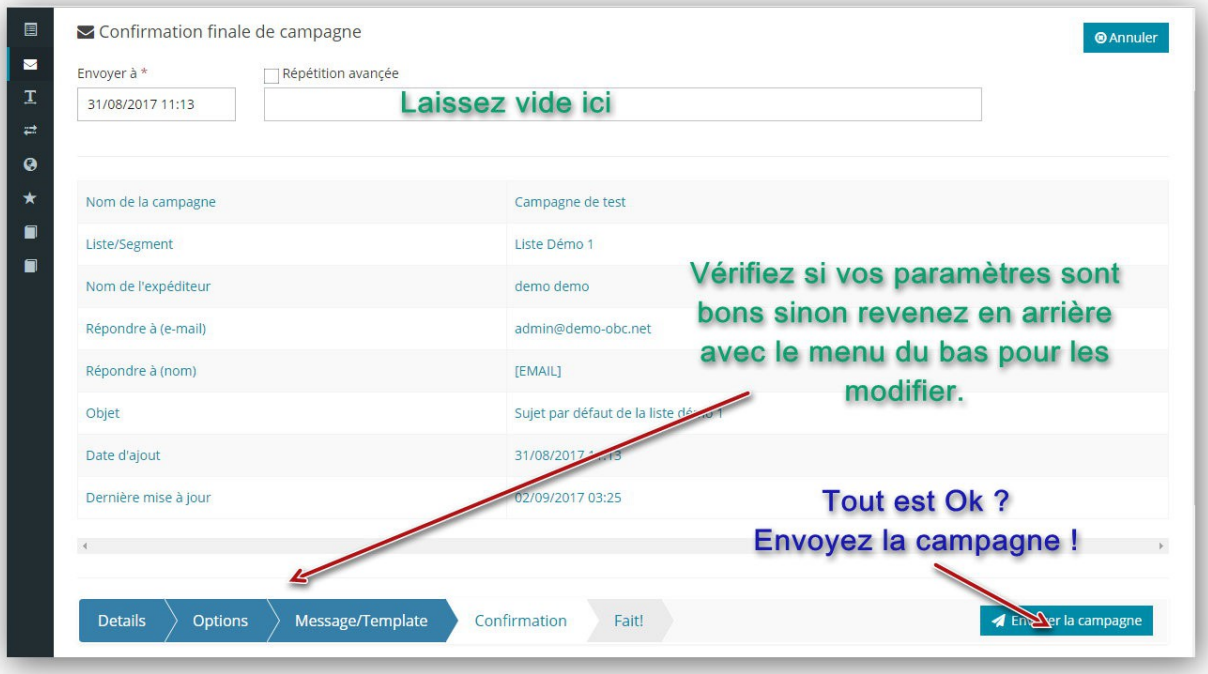
Après l'enregistrement, un bouton bleu supplémentaire apparaîtra dans le menu horizontal du haut : « Tester le template ».

Si vous souhaitez faire un test (très fortement recommandé) cliquez sur ce bouton et laissez-vous guider : Saisissez votre adresse e-mail perso pour le test.

Vous aurez alors un aperçu directement dans votre propre boite de réception e-mail de ce que vos abonnés recevront. Des modifications seront peut-être nécessaires...

Lorsque vous serez pleinement satisfait de votre test, cliquez sur le bouton tout en bas « **Étape suivante** »

Vous arriverez sur la page ci-dessous : **Confirmation finale de campagne**



Dans le récapitulatif d'envoi de votre campagne, vérifiez bien vos paramètres et cliquez ensuite sur le bouton « **Envoyer la campagne !**»

C. Templates – Menu des templates

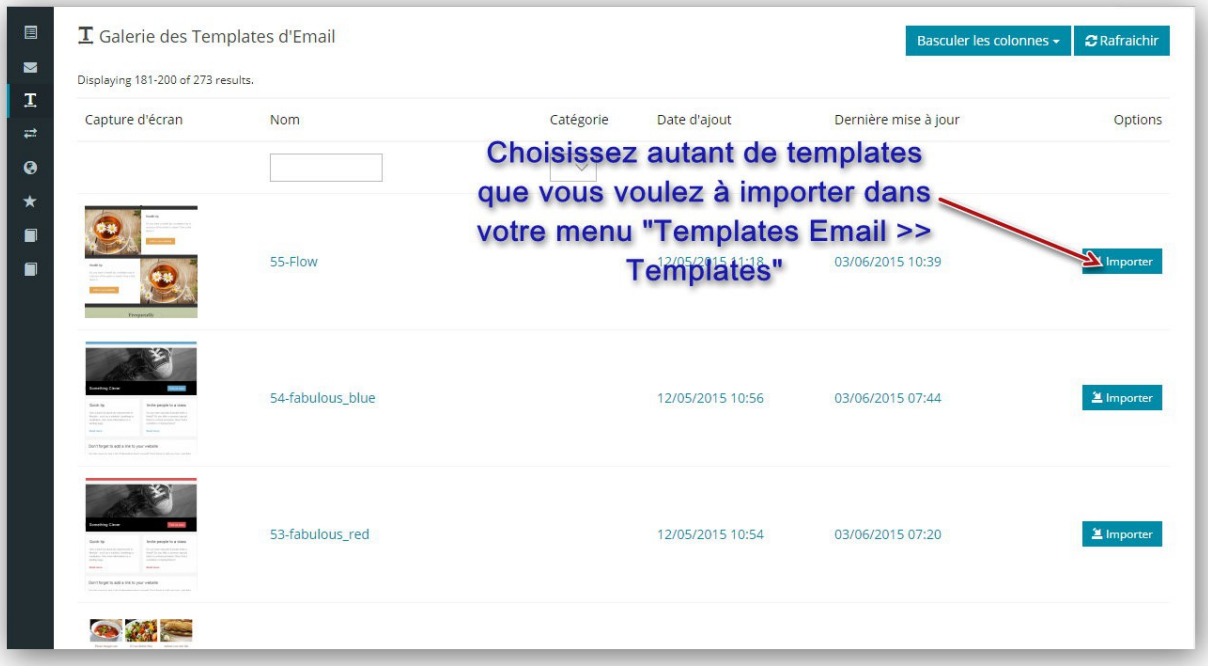
La première fois que vous vous connecterez à votre compte, vous n'aurez aucun template dans le menu « Templates Email >> Templates ». Vous pourrez alors faire plusieurs choses : Créer votre propre template avec l'éditeur Ckeditor, téléverser votre propre template créé par une autre application ou téléchargé depuis le Web ou importer un ou plusieurs templates que vous trouverez au sous-menu « Galerie » (comme dit plus haut).

1. Cliquez sur le Menu Templates Email > Templates

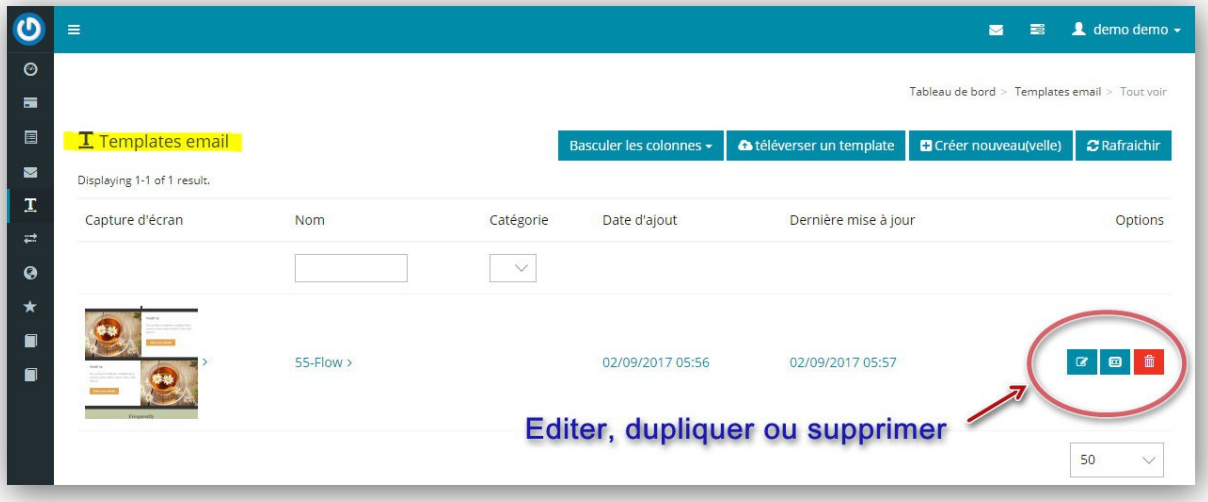
A la première utilisation, cet espace est vide. Il n'y a aucun template. Vous devez en créer* ou en téléverser au moins un. Cela requiert une petite connaissance en html* que nous ne développerons pas ici. Ce n'est pas le but premier de ce guide de démarrage rapide. Vous trouverez tout un tas de tutoriels avec votre moteur de recherche préféré. Sinon passez au 2. ci-dessous :

2. Cliquez sur le Menu Templates Email > Galerie

Des templates sont à votre disposition dans la galerie. Cliquez sur le bouton « Importer » pour sélectionner le(les) template(s) que vous voudrez importer dans votre espace « Templates » afin de les retrouver ensuite rapidement.



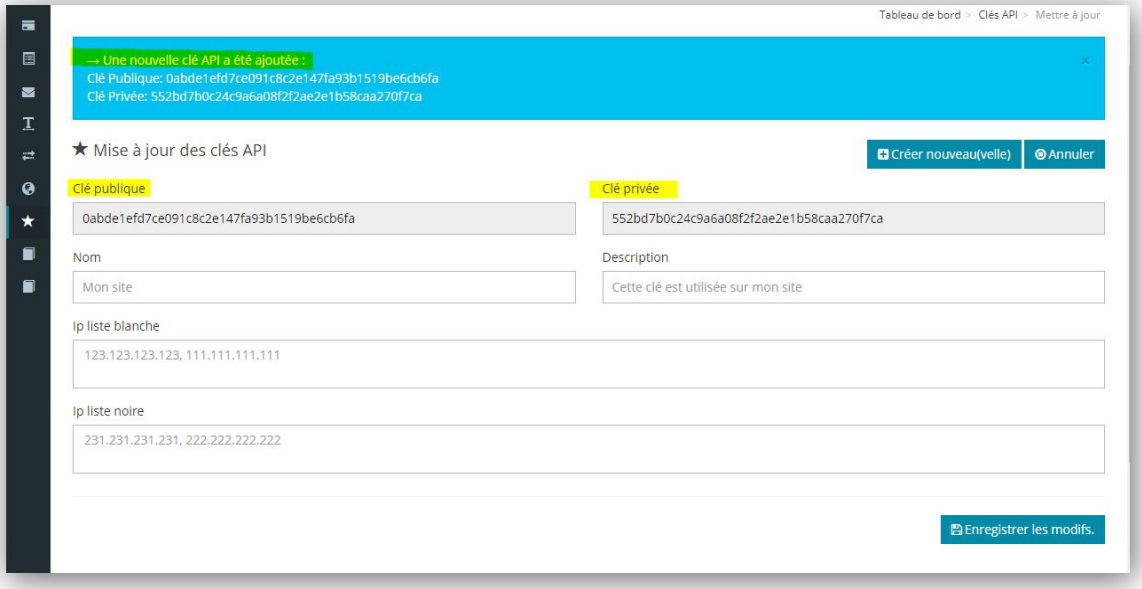
Le template que vous avez choisi d'importer est maintenant affiché dans votre propre espace « Templates » email. Vous pouvez l'éditer, le dupliquer ou le supprimer à l'aide des icônes sur sa droite.



D. Clé API

Vous souhaitez associer votre compte à d'autres applications ?

Cliquez sur le Menu-gauche « Clés API » puis ensuite sur cette page, cliquez sur « Créer Nouveau(velle) » pour générer votre clé publique et votre clé secrète qui vous seront demandées pour l'association de votre compte avec d'autres applications externes. (thirdparty, etc.)

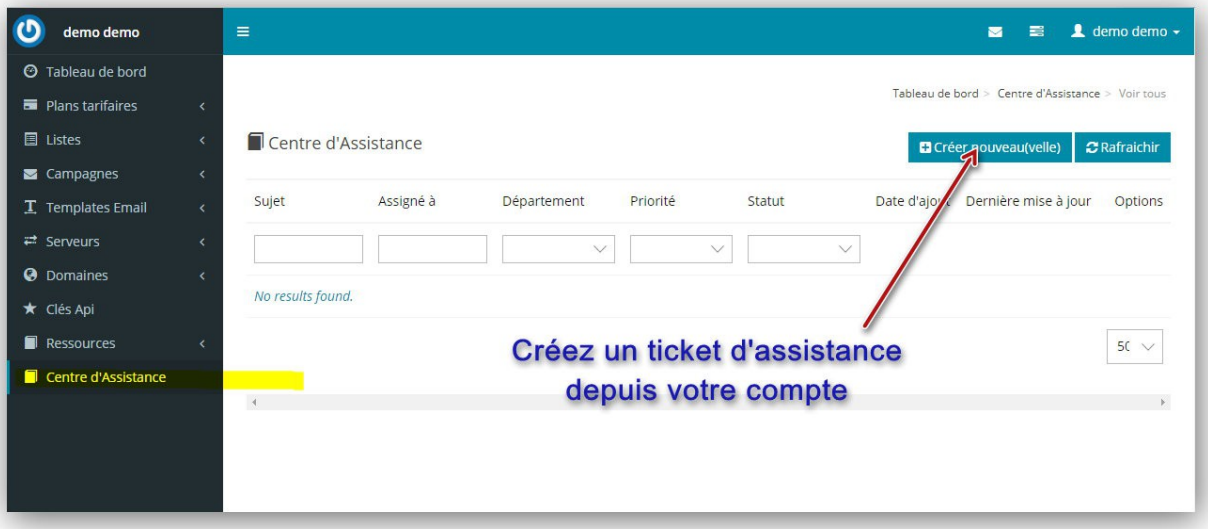


E. Menu Ressources

Cliquez sur le menu-gauche **« Ressources »** pour découvrir le menu « **Articles** » qui est en quelque sorte « Le journal interne » de l'application, le menu « **Outils/Accessoires/E-books** » qui vous fournira tout un tas d'outils et de livres numériques riches en enseignements (complété en permanence) ainsi que le menu « **Templates & Images PSD** » où vous trouverez les formats .PSD(Photoshop) de certains templates proposés dans la Galerie.

F. Menu Centre d'Assistance

Le centre d'assistance vous permet de demander de l'aide, des renseignements, des conseils, etc. quant à l'utilisation de l'application Fortissimail directement depuis votre compte Fortissimail.



Nous nous efforçons de traiter vos demandes d'assistance dans un temps record (comme à notre habitude sur tout le réseau OBC). Cependant, gardez bien en tête que nous fonctionnons sur le principe « premier arrivé, premier servi ». Merci de votre compréhension. Ceci dit, vous serez toujours assisté(e) en moins de 24 H.

2. TERMINOLOGIES

Ci-dessous, les terminologies basiques de l'email marketing qui vous aideront à mieux comprendre les termes utilisés dans ce guide de démarrage rapide :

- **WYSIWYG** : « **W**hat **Y**ou **S**ee **I**s **W**hat **Y**ou **G**et »

  Cela donne en français : 'Vous obtenez ce que vous voyez'

  Cet acronyme (WYSIWYG) est utilisé pour décrire un éditeur de page Web qui vous permet de réaliser des templates de newsletter en utilisant des boutons similaires à ceux que vous trouvez dans un éditeur de texte comme par exemple OpenOffice, de Oracle ou Word, de Microsoft.

- **Auto-répondeur :** Un auto-répondeur envoie un courrier électronique à un abonné automatiquement. Il est utilisé en simple auto-répondeur, la plupart du temps, pour répondre à un abonné qui vient de s'inscrire sur un site ou une liste. Mais là où toute la puissance d'un auto-répondeur entre en jeu, c'est dans sa configuration séquentielle : Il va vous permettre de programmer une série de messages e-mail qui (auto-répondeurs ou messages de suivi) seront envoyés ensuite chacun sur une durée de temps planifiée à l'avance et à des intervalles de temps prédéfinis.

- **Liste :** C'est la liste des adresses e-mail de vos contacts (au minimum), principalement créée par des personnes qui se sont inscrites sur vos formulaires, d'autres qui ont adhéré à votre espace membre, des clients qui ont acheté vos produits ou services, etc. **Il est fortement déconseillé d'utiliser des listes que l'on vous a donné ou que vous avez acheté !**

- **Listes d'Abonnés :** Ce sont les listes qui ont été créées tant dans un magasin physique que depuis un site Web et où les adresses e-mail ont été obtenues par un processus appelé « Opt-in » (voir plus bas).

- **EMSP : E**mail **M**arketing **S**ervice **P**rovider(s)

  En français : Fournisseur de Services d'E-mail Marketing.

  Il est impératif de se constituer soi-même ses listes, avec un procédé de « double Opt-in » de préférence. Vous devrez nettoyer vos listes environ tous les 6 mois pour vous assurer qu'elles sont toujours valides. Envoyer des e-mails à une liste inconnue que vous avez acheté ou continuer à solliciter des gens qui se sont désinscrits de vos listes peut vous attirer de gros ennuis. Si trop de plaintes contre vous et si trop de vos envois sont enregistrées chez le EMSP, ce dernier pourra clôturer votre compte, au minimum, et vous déclarer comme spammeur auprès des organismes compétents, la plupart du temps...

- **Segmentation de Liste :** Envoyer des messages à des sous-listes d'abonnés créées à partir de votre liste de base peut grandement vous aider à établir une relation privilégiée avec ces derniers, à travers par exemple des newsletters ayant un contenu ciblé et très intéressant pour chacun de ces sous-ensembles.

- **Pièces-jointes :** Sauf cas vraiment important, évitez de les utiliser. Elles augmentent considérablement les chances que vos message finissent dans la boite spams (ou pourriels) de vos destinataires. De ce fait, votre taux de 'délivrabilité' en sera grandement affecté. Mettez plutôt un lien dirigeant vers un fichier hébergé où votre lecteur aura le choix de télécharger votre document ou pas. De cette façon, vous pourrez atteindre un taux élevé d'audience.

- **Contrôle du Score Spam :** Savoir si vos abonnés ont en réalité bien reçu votre courrier électronique est particulièrement important. Si ce n'est pas le cas, il faut essayer de savoir pourquoi ?

  FORTISSIMAIL vous propose une fonctionnalité (à titre indicatif seulement) « Score Spam » qui vous aide à déterminer la probabilité que votre lettre d'information (ou d'autres e-mails) a de finir dans une boîte de spam avant que vous ne cliquiez sur le bouton « Envoyer » de l'application.

- **Opt-in :** Quand un fournisseur de service d'e-mailing exige un processus 'Opt-in', cela signifie qu'il faut que les destinataires aient accepté au préalable de recevoir les e-mails publicitaires, e-mails marketing, ou de simples communications, en provenance de votre entreprise/activité ou de vous-même.

- **Double Opt-in :** Quand un fournisseur de service d'e-mailing exige un processus 'Double Opt-in', cela signifie qu'il faut que les destinataires aient d'abord demandé à recevoir vos e-mails en s'inscrivant par exemple sur un de vos formulaires et ensuite, dans l'e-mail que votre auto-répondeur leur envoie, il devront cliquer sur un lien de confirmation pour certifier qu'ils sont d'accord pour recevoir des e-mails publicitaires, e-mails marketing, ou de simples communications, en provenance de votre entreprise/activité ou de vous-même.

- **Vérification des listes :** C'est un procédé qui consiste à vérifier si les e-mails présents dans une liste existent vraiment et/ou sont bien valides. Lors d'un envoi, si le serveur de réception ne répond pas ou si celui-ci retourne à l'envoyeur l'e-mail en précisant que l'adresse e-mail n'existe pas (NPAI par exemple), cela s'appelle un « **Bounce** » (= 'rebondir' en Français). **Plus grand sera votre taux de bounce, plus grande sera la probabilité que votre adresse e-mail soit blacklistée !**

- **Liste Noire ou 'Blacklist' :** C'est une liste des spammeurs connus ou suspectés de l'être. On peut la comparer par exemple, dans la vie physique, à la liste des gens interdits de crédits. Sauf que dans le cas de l'Internet, vous ne serez pas en liste noire uniquement dans votre pays, mais dans le monde entier. Inutile de vous dire qu'avant de mettre en pratique votre e-mailing, il faut d'abord en apprendre le bon mode de fonctionnement et ensuite respecter les règles du Web et les lois en vigueur. Principalement, ce seront vos DNS (Site-Web, e-mail) et l'adresse IP assignée à vos appareils qui seront blacklistés. Mais si vous utilisez votre fournisseur d'accès Internet (F.A.I) pour envoyer des e-mails en masse sur des listes invalides ou à des gens qui n'ont pas sollicité vos envois, c'est l'adresse IP de votre maison (fournie par le F.A.I) qui sera blacklistée (quel que soit l'appareil utilisé). S'en suivra bien évidemment des problèmes avec votre F.A.I.

- **Spam Triggers** : Ou littéralement en français : « les déclencheurs de spams » Certains facteurs peuvent déclencher une alerte au niveau des filtres anti-spams : Les mots employés dans la ligne de sujet d'e-mail, trop de points d'exclamation (!!), des mots comme 'gratuit, cadeau, gagner, argent' etc. dans le corps du message.

  Faites une recherche dans votre moteur préféré avec par exemple comme requête : 'liste mots déclencheurs filtres anti-spam'

  Il ne faut pas retenir tous ces mots bien entendu, il y en a des milliers.

  Il faut seulement comprendre, grâce à ces exemples de mots « noirs », la position et la mentalité à adopter absolument pour réaliser de bonnes campagnes avec un taux de

livraison d'e-mails le plus grand possible.

- **Adresse IP (Internet Protocol Address) :** Ce nombre est un numéro exclusif que tous les dispositifs technologiques d'informations (routeurs, modem, etc.) utilisent pour s'identifier et bien sûr pour communiquer entre eux sur un réseau informatique. C'est un numéro de cette forme : xxxx.xxxx.xxxx.xxxx (par exemple pour les IP4) qui pourra être blacklisté si votre taux de bounce est trop élevé ou si vous utilisez des mots déclencheurs comme vu dans le paragraphe précédent.
- **DNS (Domain Name System) :** Ceci permet de transformer une adresse IP en mots compréhensibles par un humain et donc, plus facilement mémorisable qu'une suite de chiffres. Ceci est aussi valable pour les adresses e-mails. C'est donc le nom du site (mon-domaine.com) ou le serveur d'e-mail : moi@mon-domaine.com (Nom DNS) qui pourront être blacklistés si votre taux de bounce est trop élevé ou si vous utilisez des mots 'noirs' déclencheurs.

3 - PERSONNALISATION du contenu de l'e-mail

Vous pouvez personnaliser vos e-mails en insérant dans ceux-ci les informations que vous possédez déjà sur vos abonnés. Par exemple, si vous aviez un entête (header) de colonne pour le prénom de vos abonnés nommé FNAME (pour être moins technique = un champ « Prénom » dans votre formulaire d'inscription), vous pourrez commencer vos messages de campagne par la personnalisation « Cher [FNAME], ».

Ainsi, si un abonné de votre liste a comme prénom Philippe, lorsque celui-ci ouvrira votre e-mail, votre message commencera alors par « Cher Philippe, ».

Pour étendre encore plus l'utilisation des tags dynamiques, si votre liste a une colonne qui définit la raison pour laquelle des abonnés vous ont contacté (exemple : Recherche d'achat ou de vente d'une villa, dans la colonne nommée CONTACT_REASON) et une autre colonne avec le titre d'un type de propriété (nommée PROPERTY_TYPE), vous pouvez envoyer une auto-réponse par e-mail avec des personnalisations supplémentaires comme dans l'exemple suivant :

Avec votre composition :

Cher [FNAME], merci pour votre demande concernant [CONTACT_REASON] de votre [PROPERTY_TYPE]

Le destinataire recevra le message suivant :

Cher **Philippe**, merci pour votre demande concernant la vente de votre Villa.

Remplacez des Informations Clés -

Les Tags offrent aussi une façon plus facile de modifier tous vos templates simplement en remplaçant une information clé par un Tag : Par exemple si votre nom est 'Elisabeth Dupond' dans le profil de votre compte, au lieu de taper 'Elisabeth Dupond' dans tous vos templates, vous pouvez placer le Tag [LIST_FROM_NAME]. Partout où vous mettrez ce Tag, votre prénom et votre nom apparaîtront. Ceci est d'autant plus commode si vous avez 20, 30 ou même 100 templates.

De plus, une fois tous vos templates « Tagués », vous réalisez que vous ne voulez plus que votre prénom 'Élisabeth' apparaisse comme tel mais plutôt comme 'Liz'. Allez dans votre profil de compte pour modifier simplement le champ de votre prénom **et c'est tout** !

L'image ci-dessous nous montre un texte « standard » de vos coordonnées, utilisé dans un template de votre choix, en général situé en bas du template, à gauche, à droite ou au centre.

Nous n'allons pas prendre un template complet ici, pour vous montrer de quoi il s'agit, mais juste une suite d'images vous expliquant comment réaliser une transformation, pour vos coordonnées dans cet exemple, à l'aide des Tags.

Voici « vos coordonnées », sur la gauche, en version texte standard :

L'alternative est d'utiliser des Tags. La mise en place de ces Tags permet de ne plus retoucher ensuite ses templates.

La modification des informations, si elle est nécessaire, se fera alors directement dans votre profil de compte et d'entreprise. Nous l'avons vu plus haut avec l'exemple d'Élisabeth qui voulait plutôt s'appeler 'Liz' sur ses templates.

Une seule modification dans votre profil se répercutera sur tous vos templates, simultanément. Super pratique si vous avez des dizaines de templates...

NOTE : Assurez-vous de ne pas oublier les symboles applicables, entre les Tags, tels que les virgules, les points et les tirets.

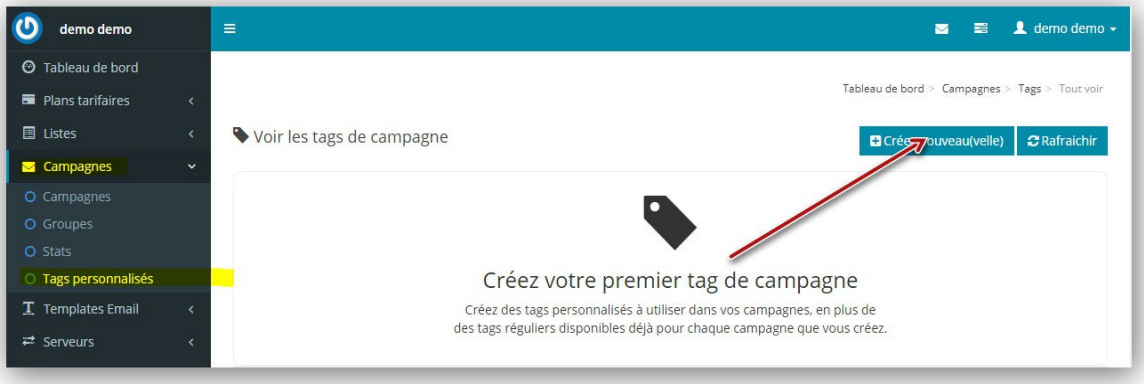
Voici donc maintenant, sur l'image ci-dessous, **un exemple** du même template en version « Taguées » :

Sur la page suivante, vous trouverez la liste complète des Tags que vous pourrez utiliser dans vos templates.

Liste complète des Tags de Templates disponibles par défaut :

TAGS / BALISES	CE QUI SERA AFFICHÉ A LA PLACE
[UNSUBSCRIBE_URL]	Lien de désinscription **(obligatoire)**
[COMPANY_FULL_ADDRESS]	Adresse complète de votre Entreprise/Vous **(obligatoire)**
[UPDATE_PROFILE_URL]	Lien "Actualiser/modifier le profil"
[WEB_VERSION_URL]	Lien "Lire l'e-mail en ligne"
[CAMPAIGN_URL]	Lien de la campagne
[LIST_NAME]	Nom de la liste utilisée
[LIST_SUBJECT]	Titre/sujet de la liste
[LIST_DESCRIPTION]	Description de la liste
[LIST_FROM_NAME]	Nom de l'expéditeur de liste
[CURRENT_YEAR]	Année en cours
[CURRENT_MONTH]	Mois en cours
[CURRENT_DAY]	Jour actuel
[CURRENT_DATE]	Date actuelle
[COMPANY_NAME]	Nom de votre entreprise
[COMPANY_ADDRESS_1]	Adresse ligne1 de votre entreprise
[COMPANY_ADDRESS_2]	Adresse ligne2 de votre entreprise
[COMPANY_CITY]	Ville de votre entreprise
[COMPANY_ZONE]	Région / Zone (s'il y a lieu)
[COMPANY_ZIP]	Le code postal
[COMPANY_COUNTRY]	Votre pays
[COMPANY_PHONE]	Votre N° de téléphone
[CAMPAIGN_SUBJECT]	Sujet/Objet de la campagne
[CAMPAIGN_TO_NAME]	E-mail du destinataire de la campagne
[CAMPAIGN_FROM_NAME]	E-mail de l'expéditeur de la campagne
[CAMPAIGN_REPLY_TO]	"Répondre à" dans la campagne
[CAMPAIGN_UID]	ID de campagne
[SUBSCRIBER_UID]	ID de l'abonné
[EMAIL]	E-mail de l'abonné
[FNAME]	Prénom de l'abonné
[LNAME]	Nom de l'abonné
[FORWARD_FRIEND_URL]	Lien "Envoyer à un ami"

NOTE : Vous pourrez créer vos propres tags personnalisés, en plus de ceux fournis par défaut, au menu « Campagnes >> Tags personnalisés »



4. TUTORIEL D'INITIATION A L'AUTO-RÉPONDEUR

Ce petit tutoriel est un résumé relatif au fonctionnement et à l'utilité d'un auto-répondeur. Il est bien entendu destiné aux (très)débutants qui désirent comprendre comment se servir d'une telle application mais n'est en aucun cas un cours complet de fonctionnement, de stratégie et/ou de conseils techniques ou légaux quant à la réalisation d'une campagne de e-mailing.

La chose la plus important à retenir concernant un auto-répondeur c'est qu'il va être utilisé, dans la plupart des cas, sur 3 principales fonctions : La première consistera à vous constituer une liste d'abonnés grâce à des formulaires d'inscription que vous aurez affiché sur le web sur les supports de votre choix (site, blog, réseaux sociaux, etc.). La seconde s'orientera sur de l'information envoyée à vos prospects/clients existant (à l'aide de messages (campagnes)). La troisième*, de loin la plus importante une fois que vous avez des abonnés à vos listes, étant d'entretenir des relations avec ces derniers.

***NOTE :** Trop souvent oubliés par les débutants et absolument nécessaire pour générer des revenus significatifs en ligne, c'est le prolongement de la première fonction : **Les messages de suivis ou auto-répondeurs**.

Créer un auto-répondeur avec un calendrier de publication

Le développement d'un calendrier de publication est la composante finale d'une séquence solide d'auto-répondeurs. Cet outil offre la meilleure façon de gérer l'efficacité de vos campagnes d'e-mailing.

Un calendrier de publication ne doit pas être complexe. Ouvrez simplement un tableau dans votre éditeur préféré et incluez une colonne pour chacun des postes suivants :

- Le titre de l'auto-répondeur
- Le nombre d'intervalles (les jours après le dernier message)
- Le nom du produit/service/gratuité à promouvoir
- ID de suivi affilié
- Des notes concernant cet e-mail si besoin

.

Ceci est une approche très peu technique d'une séquence d'auto-répondeur. Mais elle n'en reste pas moins extrêmement efficace. Elle vous permet de gérer le courrier électronique sans devoir ouvrir de multiples fichiers ou de multiples sites Web.

Les Messages d'auto-répondeurs & Les envois en masse (« Broadcast » messages en anglais)

Avec l'e-mailing marketing, deux choix basiques de campagnes vous sont offerts :

1. Définir une séquence d'auto-répondeurs (messages de suivi)
2. Envoyer des messages en masse (Newsletter, sorties de vos nouveautés, etc.)

Examinons ces 2 choix possibles :

Qu'est-ce qu'un « message d'auto-répondeur », appelé aussi « message de suivi » (« follow up » en anglais) **ou simplement « auto-répondeur »**

Un auto-répondeur est un e-mail qui est envoyé à un abonné après une action de sa part et dans un ordre prévu. Vous savez, c'est le message que vous recevez quand vous écrivez à une personne qui est en vacances ou en dehors des heures d'ouvertures de son bureau, par exemple.

C'est une réponse automatique pré-écrite par le destinataire qui vous revient par retour de courrier électronique.

De la même façon, lorsqu'une personne s'enregistre sur votre petit formulaire d'inscription, elle reçoit ensuite une série de messages basés sur la séquence que vous aviez préalablement établi, programmé.

Par exemple, voilà ce qui se passe quand quelqu'un s'inscrit : (sans parler ici des emails appelés « emails transactionnels » comme la confirmation d'inscription (double opt-in) par exemple)

- Jour 1 > e-mail N°1 envoyé
- Jour 4 > e-mail N°2 envoyé
- Jour 7 > e-mail N°3 envoyé
- etc.

Vous l'aurez compris, la grande utilité d'une séquence d'auto-répondeurs est que vous ne devrez la programmer qu'une seule fois initialement pour la voir ensuite fonctionner indéfiniment, à chaque inscription d'un nouvel abonné.

Vous n'aurez plus à intervenir, sauf si vous souhaitez bien sûr modifier vos messages.

C'est ce que beaucoup appellent le « fonctionnement en pilote-automatique ».

Qu'est-ce qu'un « envoi d'e-mails en masse », aussi appelé « Broadcast message » en anglais.

Un « message broadcast » est un e-mail envoyé à vos abonnés (prospects/clients), la plupart du temps manuellement, sans tenir compte de la date à laquelle ils se sont inscrits chez vous.

En d'autres termes, un abonné qui s'est enregistré quelques minutes plut tôt ou un abonné présent dans votre liste depuis des mois voire des années, tous deux recevront ce même message.

On parle davantage « d'envoi en masse » lorsque vous ferez cette opération, non pas sur une liste mais sur toutes vos listes.

Autrement dit, un envoi à toutes les personnes présentes dans votre base de données : Toutes les listes, les segments et les groupes confondus.

A l'inverse, vous pourrez aussi bien entendu envoyer des messages Broadcast destinés uniquement à certains de vos segments ou groupes.

Par exemple sur des critères de ciblage comme :

- La date d'inscription
- La source de trafic
- Le lieu géographique
- L'activité
- Etc.

L'envoi d'un message Broadcast est utile pour toutes les fois où vous avez besoin de fournir des informations spécifiques et/ou liées à une date, un événement.

Cela peut-être le lien d'un nouvel article de blog, une promotion pour un nouveau produit ou service que vous introduisez sur le marché, une modification de vos conditions d'utilisation, etc.

En fin de compte les « messages broadcast » sont une excellente façon de rester en contact avec votre liste et de vous assurer que vous envoyez des informations pertinentes et à jour à chacun de vos abonnés. (ex : Les Newsletters)

NOTE : Les messages broadcast servent en premier lieu à servir certes vos promotions mais ils ne doivent pas toujours être des messages commerciaux sinon vous allez « fatiguer » vos abonnés qui finiront par se désinscrire de votre liste. Vous devrez alterner vos e-mails de promotion avec des messages offrants des gratuités, des conseils, des « trucs & astuces », des e-books et/ou des logiciels. Bref, dosez savamment vos envois afin que vos correspondants soient contents, obtiennent à chaque fois un contenu de valeur et aient envie de rester en contact avec vous et surtout, qu'ils ne vous oublient pas...

Dois-je utiliser des messages Auto-répondeurs ou Broadcast ?

Maintenant que vous avez compris la différence qu'il y a entre les deux, nous allons répondre à cette simple question :

« *Quels type de message dois-je utiliser pour ma liste d'emails* ? » LES DEUX !

Mettez vos abonnés dans une séquence d'auto-répondeurs et ajoutez-les à votre liste de broadcast. Groupez ou segmentez si besoin, mais créez constamment les deux types d'envois !

Comment mettre en place une séquence d'auto-répondeurs :

Mon conseil est de choisir 5 sujets (ou plus). Chacun devra se concentrer strictement sur un sujet différent, au sein de votre niche. Par exemple, dans l'immobilier, des sujets informatifs différents comme « les tendances immobilières actuelles », « contractez des offres », « vos nouvelles d'entreprises », « les étapes à suivre pour acheter ou vendre une propriété », « comment choisir une agence immobilière », etc.

Ensuite, comptez entre 2 et 4 jours d'intervalle entre chaque message. Testez vos sujets sur votre propre niche et observer ce qui marche le mieux avec votre marché. Certains abonnés répondront à un grand volume de courriers électroniques, tandis que d'autres n'aimeront pas recevoir beaucoup d'emails. N'hésitez donc pas à demander à vos abonnés, dans un e-mail ou sur votre site à l'aide d'un formulaire, de vous indiquer la fréquence d'envoi de vos messages qui leur conviendra le mieux.

Les Types de messages d'auto-répondeurs

A titre purement indicatif pour la compréhension, car il existe de multiples combinaisons, nous allons aussi choisir 5 types de messages comme exemple.

Les messages suivront un modèle d'ensemble qui se fonderont, à chaque fois pour le message suivant, sur le contenu du message précédent.

1. **E-mail de « Personnalité » :** Avec cet e-mail, reliez un sujet choisi à un événement/une expérience vécue dans votre vie. Cela ne demande pas forcément un gros contenu et la chose importante est de raconter une histoire d'une expérience, d'un problème que vous avez résolu, etc. en indiquant négligemment comment le lecteur pourrait en profiter.

   A la fin de votre e-mail et après votre signature, mentionnez brièvement en « P.S : » un produit et/ou un service relatif à votre message. Ne soyez pas persistant. Présentez-le(s) juste et fournissez un simple lien. C'est tout.

2. **E-mail de « Valeur » :** Cet e-mail est « la bête de somme » de votre séquence d'auto-répondeurs. Avec ce message vous fournissez une grande partie de contenu qui informe partiellement vos abonnés à propos de votre sujet. Avec l'e-mail de valeur vous parler du même sujet que vous avez mentionné dans le message précédent, mais en développant...

   De nouveau … ne soyez pas persistant. Mais assurez-vous que le lecteur obtiendra principalement un GRAND et excellent contenu.

3. **E-mail Produit :** Avec cet e-mail vous changerez simplement « le tempo ». Vous avez déjà présenté votre service ou produit.

4. **E-mail des Ventes :** C'est ici que vous scellez l'accord et présentez « le deal ». Les 3 messages précédents ont présenté votre produit/service et avec cet e-mail vous présenterez un cas plus précis et définitif pour utiliser vos services et/ou acheter un produit spécifique.

5. **E-mail(s) de suivi : [Follow-Up message(s)]** – Pour être honnête, certaines personnes ont besoin de recevoir plus de 5 messages pour passer à l'action d'achat. « Il a été dit » par certaines études qu'il fallait, au minimum, 7 messages pour qu'une personne déjà comprenne vraiment de quoi il s'agit (dans vos messages) et soit susceptible de fournir une action d'achat. J'ai écrit « Il a été dit » car cette généralité dépend vraiment de plusieurs facteurs dont voici les principaux :

   - La façon dont vous rédigez vos e-mails (le « copywriting »)
   - L'orthographe (oui, on va vous juger très (trop)vite là-dessus)
   - Le ciblage de vos prospects, sensibles à votre proposition ou pas
   - La réputation que vous avez sur le Web par rapport à ce que vous proposez dans vos e-mails
   - La qualité de vos contenu, au sens - vraie valeur ajoutée/expertise -
   - Le prix du produit/service ou la qualité de vos gratuités
   - La pertinence du produit par rapport à un (votre) marché/niche
   - Etc.

>> En ce qui concerne **la fréquence** de vos envois pour une séquence d'auto-répondeurs planifiée, voici un exemple raisonnable d'intervalles d'envois :

Jours : 1, 2 , 4, 7, 10, 15, 20, 30 et ensuite approximativement une fois par semaine et maximum une fois tous les 14 jours

>>**Pour une newsletter**, et non pour une séquence d'auto-répondeurs planifiée, il est conseillé de l'envoyer tous les 15 jours voire même toutes les semaines (si votre activité le demande ou vous le permet).

Ainsi, cela limitera que vos abonnés vous oublient...

Gardez bien à l'esprit que ce que nous venons de voir ne sont que des exemples et que selon votre secteur/niche, il faudra bien entendu y insérer/adapter d'autres paramètres ou des techniques de vente bien spécifiques à votre créneau d'activité.

D'autre part, l'e-mailing marketing ne s'improvise pas et vous devrez vous informer sérieusement sur ce qu'il faut faire et surtout ne pas faire pour éviter de gros soucis et de la même façon, bien vous former pour réussir vos campagnes afin qu'elles vous apportent des résultats les plus proches possibles des objectifs escomptés...

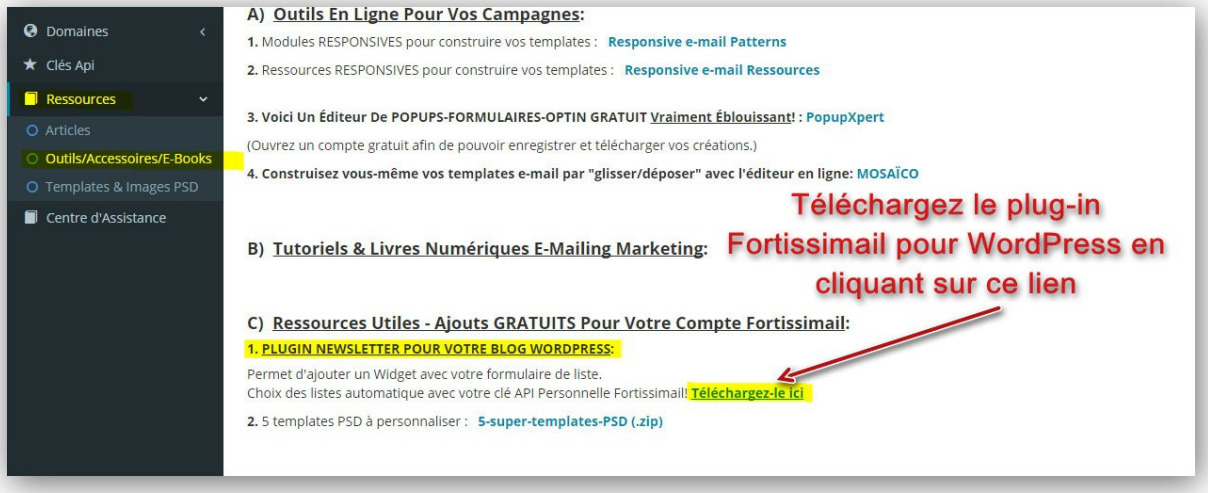
LE PLUG-IN FORTISSIMAIL POUR WORDPRESS

Vous pouvez télécharger le plug-in Fortissimail pour WordPress afin d'insérer sur vos sites/blogs toutes sortes de formulaires d'inscription à vos listes.

Le plug-in est relié à votre compte Fortissimail grâce à votre clé API et vous n'aurez plus à manipuler de code pour insérer vos formulaires.

1) Téléchargez le plug-in WP Fortissimail

Connectez-vous à votre compte Fortissimail et rendez vous sur la gauche au menu principal « Ressources » et au sous-menu « Outils/Accessoires/E-Books »



2) Tutoriel vidéo de configuration du plug-in Fortissimail

Vous trouverez ce tutoriel vidéo sur notre Plate-forme des Partenaires Officiels de nos hébergements Web OPWH, en bas de cette page

Pour gagner du temps, commencez la vidéo à la minute : 5:06