

Emails de prospection

L'ART D'OBTENIR DES RENDEZ-VOUS SANS EFFORTS

Quels sont les facteurs de succès ?



3 facteurs-clés de succès :

- ▶ Tout sauf apparaître comme des messages automatiques
 - infrastructure technique
 - des scénarios spécifiques pour chaque persona (job, secteur, taille) ou des approches par ‘contexte’
 - qualité/structure des messages
- ▶ Avoir une routine (15-30min par jour)
- ▶ Mesurez tous vos résultats

Rester à l'écart des boîtes ‘spam’ et ‘promotion’

The screenshot shows an email inbox with two messages from 'Performance Academy'. The first message is from 'direction@vip-attitudes.com' and was sent at 11:10 (2 hours ago). It contains the text: 'Je suis un bon commercial. Et si je passais à l'excellence ?! "Les formations...'. The second message is from 'direction@vip-attitudes.com' and was sent at 11:11 (2 hours ago). It contains the text: 'to nicolas' and includes a link 'via i53.oxi-dedi.net'. A yellow bar below this message contains the text: 'Why is this message in Spam? It's similar to messages that have been detected by our spam filters. Learn more'. Below this, another yellow bar says: 'Images are not displayed. Display images below'. At the bottom of the inbox, there is a large green bar with the text: 'Je suis un bon commercial. Et si je passais à l'excellence ?!'

Performance Academy 11:10 (2 hours ago) ☆

Performance Academy direction@vip-attitudes.com via i53.oxi-dedi.net 11:11 (2 hours ago) ☆

to nicolas

Why is this message in Spam? It's similar to messages that have been detected by our spam filters. [Learn more](#)

Images are not displayed. [Display images below](#)

Je suis un bon commercial.
Et si je passais à l'excellence ?!

Infrastructure technique :

- ▶ Mimer au maximum des messages manuels et personnels
- ▶ Eviter les passerelles de mass-mailing (messagerie)
- ▶ Le scénario multi-emails est en fil de discussion
- ▶ Les scénarios s'arrêtent lorsqu'une réponse arrive

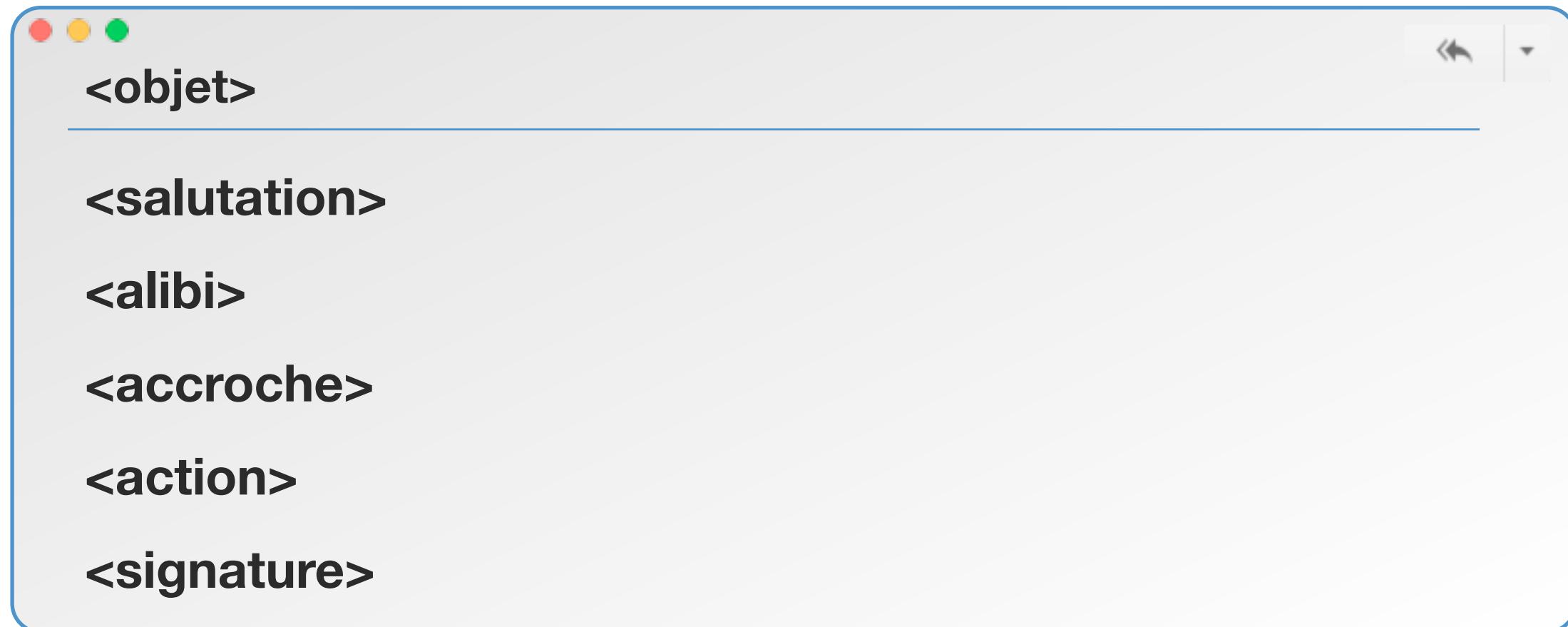
Sourcer ses prospects pour construire une histoire (scénario)

- ▶ A téléchargé un de nos ebooks
- ▶ Partage un même groupe/communauté
- ▶ Fait partie d'un club/association
- ▶ Est exposant à un salon
- ▶ Travaille avec tel prestataire, utilise telle technologie
- ▶ A une mission très spécifique dans l'entreprise

Qualité et structure des messages :

- ▶ Objet/sujet > investir du temps et personnaliser
- ▶ Variables de personnalisation
- ▶ Un seul CTA (demande d'action)
- ▶ Storytelling, relationnel, etc...

Structure “classique” du 1er email



Avoir une routine

- ▶ Source régulière de prospects (ou occasionnelle)
- ▶ Envoi progressif
- ▶ Re-ingénierie des scénarios

Mesurer les résultats et améliorer

- ▶ Dès que l'échantillon est supérieur à 50 prospects ‘engagés’
- ▶ Prendre des actions correctives

Découvrez toutes les vidéos libres et gratuites



Prospection par email, téléphone ou social ?



Les statistiques des emails de prospection



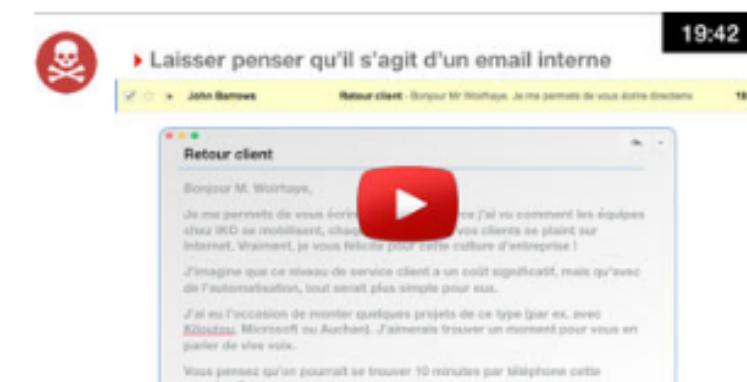
Quels sont les facteurs de succès ?



Les facteurs-clés de succès et d'échecs



La tonalité « Aloha »



Les titres des emails

