



COLLECTIF
DE LA PERFORMANCE
ET DE L'ACQUISITION

Collège Emailing d'Acquisition

Fiche 2 :

Quels sont les grands principes de la publicité email ?

Membres du Collège Emailing

zanox.

NetAffiliation
by Kwanko

@affilinet

P! PUBLIC !DÉES
INNOVATIVE PERFORMANCE

Tradedoubler

G *affiliate*
by CONVERSANT™

effinity

webgains

R *R-Advertising*
YOUR DATA AGENCY

RIVIERA **WEB**

B BELINKS
Créateurs de liens

ELIXIS
digital

EFFICIENCY
NETWORK

CALOGA

kelpromo

wiboost



Opt-in partenaire

Pas de message commercial sans accord préalable du destinataire : l'opt-in partenaire est obligatoire.

Identification

Toujours préciser clairement l'identité de l'annonceur et de l'éditeur, à la fois dans le « Sender » (Expéditeur) et dans le corps du message.

Faciliter la lecture du message

Toujours faire figurer un lien miroir dans le haut du message.

Faciliter le désabonnement de l'internaute

Proposer un moyen simple de s'opposer à la réception de nouvelles sollicitations (par exemple un lien pour se désinscrire à la fin du message).

Limiter la pression marketing

Solliciter les membres d'une base email de façon raisonnée (ne pas envoyer trop de messages, cibler les bonnes personnes, ne plus solliciter les internautes inactifs) est le meilleur moyen d'améliorer vos performances.

Welcome message

Il est important de bien "accueillir" vos nouveaux inscrits, cela améliorera leur réactivité à vos messages.

Rappels

Envoyer aux inscrits un rappel de l'abonnement et du mode de désabonnement à la date anniversaire de leur inscription.

Promesse

Respecter la promesse au moment de l'inscription : ne pas envoyer d'offres de crédit si l'inscription initiale concerne des bons plans mode, cela préserve du désabonnement.

Nettoyage

Nettoyer régulièrement sa base de données pour retirer les contacts inactifs ou NPAI.

Attitude générale

Faire preuve d'empathie vis-à-vis des internautes inscrits sur la base de données.

Qui sommes-nous ?

Créer en 2008 le Collectif de la Performance et de l'Acquisition fédère l'ensemble des acteurs du Performance Marketing Français.

Syndicat en fort développement le CPA ...

- ... **Rassemble** l'ensemble des métiers du marketing à la performance,
- ... est un **lieu d'échange convivial** pour les experts
- ... est un **accélérateur pour les professionnels** et un outil de veille juridique
- ... représente et **défend les intérêts** collectifs de ses membres
- ... promet le performance marketing sur le marché français

Bureau du CPA :

Amaury Delloye : Président du CPA
Mathieu Raiffé : Secrétaire Général –
Country Manager France de Public-Idées
Guillaume Gélis : Trésorier –
Country Manager France de zanox
Noella Boullay : Déléguée Générale du CPA