



Dix experts du Sncd livrent leurs conseils et bonnes pratiques pour l'Email marketing BtoC et BtoB en 2019

Le Sncd, organisation représentative de la Data Marketing Industrie, publie un livre blanc collectif des bonnes pratiques sur les meilleures orientations et stratégies en BtoC et en BtoB pour l'emailing en 2019.

Ce canal incontournable utilisé depuis plus de 40 ans dans de nombreuses activités on et offline est en constante évolution. Les nouvelles réglementations légales comme le RGPD combinées à l'évolution du comportement des internautes ont des effets directs sur les pratiques de l'email marketing qui sont ainsi amenées à changer. Partant de ce constat, le Sncd a réuni dix adhérents, experts de l'emailing, pour qu'ils livrent leurs visions et leurs conseils afin d'appréhender au mieux les pratiques de demain.

« Notre objectif est de vous inspirer des meilleures pratiques, de cerner les tendances les plus intéressantes et d'augmenter, finalement, la performance de vos campagnes d'emailing. » Bruno FLORENCE, Président du Sncd.

Une personnalisation toujours accrue du contenu de l'emailing

Les professionnels de l'email marketing sont unanimes sur ce point, la personnalisation est un des défis clés de l'emailing. Le temps des campagnes de masse, intrusives et souvent peu performantes est révolu, dorénavant la qualité prime sur la quantité. Les études EMA Email Marketing Attitude BtoC et BtoB 2018 du Sncd ont d'ailleurs mis en exergue cette dynamique. Les professionnels comme les consommateurs sont davantage sensibles à un email dont le contenu est personnalisé à l'individu.

L'emailing continue ainsi sa mue pour rester un canal relationnel performant, que ce soit en BtoB ou en BtoC. L'essor du marketing automation ou des technologies de l'IA le permettent, le ciblage et le contenu de l'email marketing peuvent maintenant être optimisés et individualisés selon l'offre poussée ou le destinataire visé. Ces pratiques innovantes permettent de concrétiser l'objectif d'envoyer le bon message au bon moment et à la bonne personne pour diminuer la pression commerciale ressentie et assurer la pérennité de ce canal dans un contexte de sollicitation publicitaire importante.

Un canal de fidélisation toujours plus performant

La fidélisation va de pair avec la qualité du message et reste un des enjeux majeurs de l'email marketing. Les chiffres 2018 de la dernière étude Sncd sur l'activité du routage email en France confirment une baisse du volume d'emails routés. Toutefois cette tendance coïncide avec la volonté des annonceurs de faire primer la qualité des campagnes sur la quantité d'emails envoyés.

La Smart Data devrait amener des réponses efficaces à ce besoin. Les outils de CRM sont maintenant alimentés par des données comportementales et transactionnelles individuelles complétées par de l'Open Data (notamment en BtoB) qui permettent de mieux cibler et ainsi de capter à bon escient l'attention d'un consommateur sursollicité. Recevoir une information ou une offre qui correspond à ses besoins est demandé par les clients et constitue le socle d'une relation de confiance pérenne entre la marque et le client.

Le travail collaboratif pour optimiser l'emailing

Les annonceurs utilisent de plus en plus de ressources externes pour leurs campagnes d'emailing. Dans ce contexte il devient essentiel de pouvoir travailler de façon collaborative dans la chaîne complexe de production des campagnes d'emailing. Cela permet notamment de partager, concrétiser et valider facilement le travail rédactionnel et créatif, et ainsi de gagner un temps précieux tout en évitant les erreurs.

Solidifier les relations intra-entreprises est donc gage de réussite pour ses activités commerciales. Toutes les spécialités et les techniques des experts de l'email peuvent être réunies par ce biais. Travailler au bon moment avec les bons éléments permet donc de produire des campagnes à destination des bonnes personnes dans un timing adéquat avec un risque d'erreur diminué.

Le Sncd souhaite remercier tous les contributeurs de ce premier document de référence sur les tendances de l'emailing. Pour cette année 2019, vous retrouverez :

- **Dolist** – L'email marketing se dynamise pour provoquer plus d'émotion et d'engagement
- **Ediware** – Les tendances en email marketing pour 2019
- **Espace Direct** – Le phénix du marketing digital
- **Mailjet** – Le travail collaboratif, le futur de l'emailing
- **Marketing 1by1** – Le Marketing automation et l'emailing en 2019
- **Message Business** – Amour, confiance, complicité, automatisation, fluidité et harmonie
- **Predictys** – Emailing : Multicanal et qualité
- **Sendinblue** – 2019, l'année du marketing relationnel ?
- **SmartProfile** – L'Emailing en 2019
- **Vertical Mail** – Quel avenir pour l'emailing B to B ?

A propos du Sncd



Le Sncd est l'organisation professionnelle représentative de la Data Marketing Industrie. Il s'appuie sur ses 200 sociétés membres et les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique qui découle de la forte croissance des données disponibles et des droits et usages associés. Les entreprises membres s'engagent à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession.

Contact presse

Sncd – Guillaume LOZE - Tél. : 01 55 43 06 13 - Email : gloze@sncd.org
Pour ne plus recevoir les Communiqués de Presse du Sncd, contactez info@sncd.org