



Fiche de travail module 5

Résultats

Flexmail

Analysez, comparez et perfectionnez vos campagnes d'emails

Après avoir envoyé votre ou vos campagnes emailing, il faudra ensuite les analyser. Qu'est-ce qui s'est bien déroulé ? Que pourriez-vous peut-être améliorer ? En vous basant sur les différentes statistiques présentées au sein du Module 5 - Evaluation, analyse et procédé des résultats, vous réussirez à facilement déterminer le taux de réussite de vos campagnes. Cependant, ces statistiques ne deviennent pertinentes que lorsque vous pouvez les comparer.

Collectez vos statistiques à partir de différents rapports de campagne et bases de données, analysez-les puis comparez-les. Par la suite, vous pourrez déterminer les différences et la manière dont vous pourrez (continuer à) améliorer vos campagnes d'emails.

Conseil : Nous vous recommandons de garder le [Module 5 - Evaluation, analyse et procédé des résultats](#) à portée de main si vous avez besoin de plus d'informations concernant les différents éléments et statistiques à analyser.

Analysez deux campagnes d'emails comparables à l'aide du tableau qui se trouve sur la page suivante.

Conseil : Si vous souhaitez obtenir plus d'informations concernant le contenu préféré d'un groupe cible spécifique, vous pouvez comparer les campagnes emailing transmises à ce groupe cible.

Éléments et statistiques	Campagne d'email 1 :	Campagne d'email 2 :
Objectif		
Groupe cible ou segment		
Ligne d'objet et accroche		
Données de contact de l'expéditeur		
Personnalisation		
Création		
Contenu		
Date et fréquence		
Taux de réception		
Taux d'ouverture		
Taux de clics		
•		
•		
•		
•		
•		
Taux de conversion		
Taux de désabonnement		
Taux de désabonnement par campagne		
.....		
.....		
.....		

Vérifiez de quelles manières les campagnes diffèrent les unes des autres et ce que vous pourriez optimiser à l'avenir.

Ligne d'objet et accroche :

.....

Optimisations :

.....

Données de contact de l'expéditeur :

.....

Optimisations :

.....

Personnalisation :

.....

Optimisations :

.....

Création :

.....

Optimisations :

.....

Contenu :

.....

Optimisations :

.....

Date et fréquence :

.....

Optimisations :

.....

Taux de réception :

Optimisations :

Taux d'ouverture :

Optimisations :

Taux de clics :

Optimisations :

Taux de conversion :

Optimisations :

Taux de désabonnement :

Optimisations :

Taux de désabonnements par campagne :

Optimisations :

Autres observations :

Analyse de deux campagnes emailing comparables à l'aide du tableau ci-dessous.

Éléments et statistiques	Campagne d'email 1 :	Campagne d'email 2 :
Objectif		
Groupe cible ou segment		
Ligne d'objet et accroche		
Données de contact de l'expéditeur		
Personnalisation		
Création		
Contenu		
Date et fréquence		
Taux de réception		
Taux d'ouverture		
Taux de clics		
•		
•		
•		
•		
•		
Taux de conversion		
Taux de désabonnement		
Taux de désabonnement par campagne		
.....		
.....		
.....		

Vérifiez de quelles manières les campagnes diffèrent les unes des autres et ce que vous pourriez optimiser à l'avenir.

Ligne d'objet et accroche :

.....

Optimisations :

.....

Données de contact de l'expéditeur :

.....

Optimisations :

.....

Personnalisation :

.....

Optimisations :

.....

Création :

.....

Optimisations :

.....

Contenu :

.....

Optimisations :

.....

Date et fréquence :

.....

Optimisations :

.....

Taux de réception :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux d'ouverture :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de clics :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de conversion :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de désabonnement :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de désabonnements par campagne :
.....
.....

Optimisations :
.....

Autres observations :
.....
.....

.....
.....

Analyse de deux campagnes emailing comparables à l'aide du tableau ci-dessous.

Éléments et statistiques	Campagne d'email 1 :	Campagne d'email 2 :
Objectif		
Groupe cible ou segment		
Ligne d'objet et accroche		
Données de contact de l'expéditeur		
Personnalisation		
Création		
Contenu		
Date et fréquence		
Taux de réception		
Taux d'ouverture		
Taux de clics		
•		
•		
•		
•		
•		
Taux de conversion		
Taux de désabonnement		
Taux de désabonnement par campagne		
.....		
.....		
.....		

Vérifiez de quelles manières les campagnes diffèrent les unes des autres et ce que vous pourriez optimiser à l'avenir.

Ligne d'objet et accroche :

.....

Optimisations :

.....

Données de contact de l'expéditeur :

.....

Optimisations :

.....

Personnalisation :

.....

Optimisations :

.....

Création :

.....

Optimisations :

.....

Contenu :

.....

Optimisations :

.....

Date et fréquence :

.....

Optimisations :

.....

Taux de réception :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux d'ouverture :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de clics :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de conversion :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de désabonnement :
.....
.....

Optimisations :
.....

Taux de désabonnements par campagne :
.....
.....

Optimisations :
.....

Autres observations :
.....
.....
.....
.....

The logo for Flexmail, featuring the word "Flexmail" in a bold, blue, sans-serif font. The letter "x" is stylized with a white diagonal line through it.

Flexmail

Jaarbeurslaan 29/31
3600 Genk

Tel. +32 (0)89 69 00 30
Fax. +32 (0)89 69 00 31

www.flexmail.be
info@flexmail.be