

Trouver des clients grâce à sa Mailing list : 7 erreurs à ne pas commettre

Et quoi faire pour en tirer le meilleur parti



Ce livret vous est offert par

Com'Coach & Cédric Copy

www.CabinetComCoach.com

www.MarketingWebPourIndependants.com

Vos droits sur ce document

Vous pouvez faire circuler ce document aux personnes de votre entourage en l'état. Il vous est strictement interdit de le modifier ou d'en copier tout ou partie sans l'accord exclusif de son auteur.

Si ce document vous a été envoyé par une connaissance, vous pouvez vous rendre sur www.cabinetComCoach.com ou www.MarketingWebPourIndependants.com pour recevoir d'autres informations essentielles pour apprendre à trouver des clients en ligne pour votre activité de coaching, de conseil ou de formation.

Sommaire

Avant Propos.....	3
Erreur n°1 - Ajouter des adresses sans l'accord de leurs propriétaires.....	5
Erreur n°2 - Faire votre auto-promotion à outrance	8
Erreur n°3 - Ne pas avoir de système de suivi régulier.....	11
Erreur n°4 - Avoir Une mailing-list globale non segmentée.....	14
Erreur n°5 - Envoyer les messages depuis votre messagerie personnelle.....	17
Erreur n°6 - Ne pas avoir de liens vers votre site.....	20
Erreur n°7 - Ne pas mesurer les résultats de vos Envois.....	22
Conclusion et ressources.....	25

Avant Propos

Bravo d'avoir téléchargé ce document. Je me réjouis de partager avec vous les erreurs fatales que vous commettez peut-être avec votre mailing-list qui vous empêchent de l'utiliser efficacement pour trouver des clients pour votre activité de conseil, de coaching ou de formation.

Laissez moi vous le dire clairement.

Votre liste de diffusion est parmi les meilleurs outils de marketing dont vous disposez pour vendre vos services et trouver des clients. Je vous expliquerai tout cela plus en détails dans ce document. L'usage correct d'une mailing-list est une chose relativement aisée que ce soit sur le plan conceptuel ou sur le plan technique. Seth Godin est un marketeur reconnu aux États-Unis. Il a écrit plusieurs livres sur le marketing qui se trouvent parmi les meilleures ventes sur Amazon. L'un d'eux, dont un que je vous recommande vivement la lecture s'intitule « Permission Marketing – Les leçons d'Internet en Marketing ».

Dans ce livre l'auteur explique qu'Internet est devenu l'outil de marketing direct le plus efficace qui soit. Il entre dans le détail sur la différence entre le modèle traditionnel de marketing qu'il appelle aussi le « marketing d'interruption » qu'il considère sur le déclin. Il aborde ensuite et développe le « marketing de permission ».

L'ancien modèle d'interruption a été utilisé et abusé. Dans notre société nous sommes régulièrement bombardés d'interruptions qui menacent notre productivité. Elles sont causes de stress et d'agacement et sont rarement pertinentes avec nos préoccupations du moment. À force notre esprit tend à se fermer aux tentatives intrusives et répétées de capter notre attention.

En revanche avec le nouveau modèle de permission, les communications sont envoyées sur la base d'une autorisation de communiquer à l'initiative du prospect. Sur cette base, il ne s'agit plus d'interruption mais bien d'une communication voulue. Comme Seth Godin le précise, la permission est volatile et il ne faut pas en abuser mais bel et bien profiter de cette ouverture pour créer une relation à long terme avec

votre clientèle et vos prospects.

Abuser de la permission donnée va amener le prospect à réduire le niveau de permission et de confiance qu'il vous accorde. Mais si en revanche vous communiquez habilement avec lui, il vous ouvrira les portes de sa confiance et deviendra un client fidèle.

Que rêver de mieux pour vos services et produits ?

Alors n'attendons pas plus longtemps et explorons ensemble les 7 Erreurs fatales à ne pas commettre avec votre meilleur atout de marketing en ligne : votre mailing list !

Erreur N°1

Ajouter Des Adresses Sans L'accord De Leurs Propriétaires

C'est l'erreur numéro 1 que la plupart des utilisateurs de mailing-lists font lorsqu'ils la créent et surtout lorsqu'ils commencent à la peupler.

Bien souvent ils prennent leurs contacts existants et les ajoutent sans même se demander si ça les intéresse.

Par conséquent, la personne qu'ils connaissent plus ou moins bien se sent obligée d'accepter pour ne pas les vexer.

De plus, la plupart du temps, les volontaires désignés d'office pour faire partie de votre liste se retrouvent sans aucun moyen de se désinscrire.

Ils sont piégés : pas très agréable pour eux. Je le sais car j'ai moi même été victime de ces inscriptions non désirées à la newsletter d'un collègue.

Les mails sont une cause de beaucoup de stress dans le monde du travail actuel. Si vous faites un petit sondage vous verrez que ce que vous envoyez avec la plus grande des bienveillances n'est pas forcément bienvenu et que les gens n'osent tout simplement pas vous le dire.

Abordez le sujet en parlant de la mailing-list de quelqu'un d'autre et vous pourrez avoir un aperçu de ce que le fait de recevoir des informations non pertinentes de façon forcée évoque chez votre interlocuteur.

Donc que ce soit dit : la seule façon dont vous pouvez procéder pour ajouter des gens à votre mailing-list, est de leur donner la possibilité de le faire par eux-mêmes.

Vous éviterez ainsi de mettre ces volontaires désignés d'office dans une situation inconfortable entre l'envie de vous faire plaisir et celle de voir leur boîte mail libre de toute nuisance.

En effet, il y en a assez de nos jours avec les spammeurs professionnels pour que vos amis et connaissances ne s'y mettent pas aussi.

Et bien sûr cela s'applique aussi à VOUS !

Si vous lisez ces lignes et que vous avez reçu ce document suite à votre inscription à la newsletter Com'Coach – ne vous sentez pas obligé de m'ajouter à le vôtre.

Je vous assure que l'apprécie le geste mais ne vous sentez pas obligé de m'envoyer

vos offres de stage et de formation si je n'ai rien sollicité.

Oui, j'ai une grande passion pour le développement personnel mais je suis plus intéressé par certaines pratiques, outils et méthodologies de développement personnel et je vais naturellement vers ce qui m'intéresse.

Vous pouvez m'envoyer un mail pour me parler de votre site et j'irais volontiers et jeter un oeil et peut être m'inscrire sur votre liste mais ne me forcez par la main et ne le faites pas non plus aux personnes de votre entourage.

Je vous assure c'est contre-productif même si vous avez les meilleurs intentions du monde.

Erreur N°2

Faire Votre Auto-promotion À Outrance

La deuxième erreur fatale souvent commise est que les gestionnaires de listes tendent à s'en servir comme une façon de venir régulièrement « tirer la manche » de leurs abonnés, pour qu'ils s'intéressent à leurs produits ou événements à venir.

Évidemment, l'état d'esprit n'est pas celui de venir fournir de l'information (comme l'indique le terme "news" dans « newsletter ») mais plutôt d'obtenir quelque chose.

Il est en fait beaucoup plus intéressant, de savoir captiver votre auditoire et l'intéresser à vos activités.

Si vous avez suivi la première recommandation, les gens qui sont sur votre mailing-list ont choisi d'y être.

Par conséquent, il faut que ceux-ci y trouvent leur compte.

Dans le cas contraire, ils mettront très rapidement les voiles et ce serait bien normal.

Au final c'est ce qu'ils ont tout intérêt à faire puisque le seul avantage qu'ils obtiennent à être sur votre liste c'est de recevoir plus de publicité que les autres.

Ce n'est pas vraiment ce qu'on peut appeler un cadeau.

Chouchouter votre liste, est le meilleur moyen d'aider votre clientèle à vouloir établir une relation avec vous.

Comment pensez-vous vous y prendre pour faire que les personnes sur votre liste soient ravies d'y être ?

Et bien si effectivement, les membres inscrits sur votre liste n'y sont pas par hasard, quelque chose doit les intéresser.

Alors c'est à vous de vous poser la question :

-Qu'est-ce qui pourrait intéresser les gens qui se sont inscrits sur ma mailing-list ?

-Peut-être est-ce d'obtenir des articles utiles et éducatifs par mail pour les aider à avancer sur leur problématique ?

-Peut-être s'agit-il d'offres commerciales intéressantes ?

La meilleure façon de le savoir, c'est de le leur demander. Simple, n'est-ce pas ?

Ensuite, il vous suffit d'utiliser les réponses que vous obtenez pour satisfaire vos abonnés avec l'information qu'ils demandent. Ce sera beaucoup plus efficace qu'essayer de vendre ce que VOUS pensez qu'ils veulent.

Alors n'attendez pas une seconde plus.

À chaque instant, vos membres se désinscrivent, si vous en avez bien sûr donné la possibilité aux membres de votre mailing list.

Dans le cas contraire, dépêchez-vous d'ajouter un lien de désinscription sur vos envois afin de libérer les « prisonniers » de votre liste.

Ils sont sûrement déjà en train de dire du mal de vous entre eux à moins qu'ils n'aient déjà placé vos envois dans la liste noire de leur messagerie.

Erreur N°3

Ne Pas Avoir De Système De Suivi Régulier

Trop de gestionnaires de mailing-lists sont irréguliers dans leurs envois. Est-ce votre cas ?

Envoyez vous des newsletters quand cela vous paraît opportun dès que vous avez une offre de stage, de formation ou de conseil à promouvoir ? (auto-promotion abusive quand tu nous tiens...).

C'est un peu comme si vous n'envoyiez des messages à vos amis que lorsque vous avez besoin d'eux.

Le caractère irrégulier de ces envois est plus pénalisant qu'autre chose pour la relation que vous avez avec votre liste.

Des études ont montré que plus de deux tiers des membres d'une liste ont besoin de voir une offre plus d'une fois avant de pouvoir y répondre.

Une fois que les membres de votre liste sont tous volontaires (voir erreur #n° 1) et que vous répondez à leurs attentes (voir erreur °2), il est important que vous continuiez à leur fournir des informations et un contact régulier que ceux-ci sont maintenant en capacité d'apprécier.

Fixez-vous un rythme d'envoi de votre mailing-list, comme par exemple une fois par semaine (soit 4 à 5 fois par mois) afin que la relation de confiance se noue et que vos clients soient presque en attente de ce que vous avez à leur dire.

De la même façon, il est préférable que vous utilisiez un style et une tournure personnelle de façon à ce que chacun de vos membres se sentent personnellement concernés.

Il faut qu'ils aient l'impression que vous vous adressez à eux personnellement.

Pour réaliser tout cela, je vous recommande d'utiliser un système de mailing-list qui propose la fonctionnalité de pré-enregistrer vos messages, de les adresser personnellement, et de les délivrer à un rythme régulier en séquences automatiques.

Ces fonctions font toutes partie de ce qu'on appelle un service d'autorépondeur.

C'est de cette façon que vous pourrez créer et entretenir une relation de confiance et de qualité avec vos clients et prospects.

Il vous faudra un effort initial pour la mettre en place. Une fois que ce sera fait, vous n'aurez plus qu'à laisser les membres recevoir vos articles de façon automatisée.

Ensuite ?

Vous pourrez à loisirs envoyer vos propositions de stages, de formations ou de coaching entre les messages automatisés à vos membres de listes souvent exposés à vos idées et concepts.

Erreur N°4

Avoir Une Mailing-List Globale Non Segmentée

Erreur#4:

Voilà une autre erreur que vous ne voulez pas commettre avec votre mailing-list. Si vous ne ciblez qu'une seule niche vous pouvez d'ores et déjà passer à l'erreur suivante.

Mais, si vous ciblez plusieurs niches dans votre activité, je vous conseille de faire attention à ce point.

La collection d'adresses e-mail pour votre mailing-list, doit se faire de façon segmentée. Vous ne pouvez pas avoir qu'une mailing-list si vous vous adressez à différents publics.

Le contenu que vous envoyez doit spécifiquement être taillé pour les besoins de la niche à laquelle vous vous adressez. Quels sont leurs problèmes, leurs frustrations ? Quelles sont les solutions que vous pouvez leur apporter ? Posez vous la question et faites des fichiers d'adresses séparées pour chaque groupe.

Bien sûr, vous pouvez donner la possibilité à un même utilisateur de s'inscrire à plusieurs de vos listes.

N'ajoutez pas non plus un membre automatiquement à vos autres listes parce que celui-ci a souscrit à l'une d'elles. Vous devez avoir l'autorisation d'ajout explicite de la personne pour chacune de vos listes.

D'ailleurs, dans le cas d'une personne inscrite sur plusieurs de vos listes, vous devez aussi lui donner la possibilité de se désinscrire de toutes vos listes en même temps en une seule demande.

Erreur N°5

Envoyer Les Messages Directement Depuis Votre Messagerie
Personnelle

De ce côté là, il y a aussi beaucoup d'erreurs qui sont commises et que je souhaite vous les éviter. L'erreur de débutant à ne pas commettre pour l'envoi de vos newsletters, est de récupérer la totalité des abonnés dans la liste de ses contacts de messagerie, de les copier dans le champ des destinataires et de procéder à l'envoi.

Ce genre de pratique cause un certain nombre d'inconvénients que je vais détailler pour vous ici:

- D'abord, cet envoi va montrer que vous envoyez le même message impersonnel à tout le monde, même si vos abonnés se doutent bien que vous n'envoyez pas vos newsletters individuellement.
- Vous révélez maladroitement l'adresse des personnes qui ont souscrit à votre liste en toute confidentialité et qui vous ont confié une partie de leurs informations personnelles. N'envoyez pas l'email qu'on vous a confié à tous les autres destinataires de la liste.
- Suivant la nature de vos services et de vos produits, cela risque de poser des problèmes de confidentialité. Je peux vous assurer que ce genre de pratique ne fait pas plaisir à vos membres. C'est une façon de faire que je ne tolère pas et je demande en général ma désinscription immédiate de la liste. Je conseillerai à n'importe qui de faire de même.

- Utiliser votre messagerie personnelle risque de réduire considérablement les chances d'arrivée de votre communication à cause des filtres anti-spam, augmenter le nombre de vos désinscriptions et endommager le taux de lecture de vos messages.

Je n'insiste pas non plus sur le fait que les personnes qui reçoivent leur newsletter de cette façon ne peuvent se désinscrire automatiquement (cf Erreur #1). Ils doivent par conséquent vous envoyer un mail avec une demande personnelle de désinscription. La plupart des gens n'osent pas le faire. A moins qu'ils en arrivent à un tel niveau de frustration qu'il leur est devenu égal de vous en faire la demande. Dans ce genre de situation, à moins que vous n'ayez d'excellents produits et services et une relation privilégiée avec cette personne pour contrebalancer le désagrément, elle ne risque pas de vouloir à nouveau travailler avec vous.

Si vous prenez au moins la peine d'utiliser le champ Cc (pour ajouter des destinataires cachés), vous limitez les dégâts mais vous restez encore loin du compte en matière de bonnes pratiques.

Idéalement, vous voulez utiliser un système de mailing-list dédié à cet effet. Beaucoup d'hébergeurs de site web, même ceux qui sont gratuits, offrent ce type de service. Avec un service d'auto-répondeur, vous pouvez spécifier l'adresse d'envoi et l'adresse de réponse ainsi que personnaliser vos messages au nom du destinataire.

Erreur #6

Ne Pas Avoir De Liens Vers Votre Site

J'espère que vous ne commettez pas non plus celle-ci. Si c'est le cas vous allez devoir rapidement y remédier. C'est un moyen très simple d'amener du trafic vers votre site que beaucoup de gens ne pensent pas à utiliser.

Dans toutes les communications que vous envoyez, vous voulez rajouter un lien en signature afin de donner aux membres de votre liste la possibilité d'aller chercher des informations supplémentaires sur votre site ou sur votre blog.

De cette façon, vous continuez à vous positionner comme une source d'informations pour eux et simplifiez la tâche à votre lectorat.

Ne sous-estimez pas l'importance des liens qui pointent vers votre site.

Faites-en sorte que ceux-ci soient nombreux et bien disséminés dans votre communication. Après avoir lu une newsletter pleine d'informations utiles, votre lecteur sera ravi d'aller en chercher d'autres sur votre blog et continuer à se familiariser avec votre contenu.

En tant qu'êtres humains, nous avons une tendance naturelle à vouloir nous rapprocher de ce qui est source de valeur pour nous. Un peu comme un papillon de nuit recherche la lumière, les abonnés de votre liste doivent pouvoir trouver cette lumière auprès de vous.

Erreur N°7

Ne Pas Mesurer Les Résultats De Vos Envois

Voici la dernière erreur que beaucoup commettent avec leur mailing-list : ne pas mesurer le résultat obtenu par leurs envois.

Si vous avez bien suivi les conseils précédents, vous savez que vous devez fournir des informations privilégiées qui vont rendre la lecture de votre newsletter intéressante.

Évidemment, vous ne pouvez pas faire cela à titre gratuit tout le temps. Vous donnez d'abord la possibilité aux membres de votre liste de s'assurer de la qualité de vos conseils et de votre compétence à travers ce que vous leur communiquez.

Après vous avoir lu pendant un certain temps, ils auront pu mettre en pratique quelques-uns de vos conseils. Ils auront fait eux-mêmes le parcours pour se convaincre qu'ils peuvent maintenant en toute sécurité acheter vos produits et services.

Ce sera donc le moment de fournir un lien vers une page de vente pour vos produits et services. Il est primordial que vous utilisiez un système de mesure pour savoir lesquels de vos membres ont ouvert vos messages, suivi votre lien et bénéficié de votre offre. Trop de gens ne mesurent pas l'impact de leurs envois et tirent à l'aveuglette sans identifier ce qui fonctionne ou pas.

Ainsi vous pourrez promouvoir vos offres à votre liste de façon plus efficace en sachant ce qui fait mouche ou pas.

Vous pourrez proposer de nouvelles offres aux personnes qui ont acheté en les mettant sur une nouvelle liste et continuer à promouvoir le même produit auprès de ceux qui ne l'ont pas acquis.

Conclusion Et Ressources

Voilà, j'espère que vous avez apprécié cette lecture et que vous êtes prêt à mettre en application les conseils que je vous donne dans ce document.

Si vous souhaitez obtenir plus d'informations sur les bonnes pratiques et méthodes pour utiliser le marketing Web pour mettre en avant vos services je vous conseille de [vous rendre sur le blog Com'Coach](#) pour trouver d'autres ressources et outils dans les articles qui paraissent régulièrement.

Dites moi ce que vous avez pensé de ce document alors n'hésitez pas à me tenir au courant à cette adresse : Contact@CabinetComCoach.com

Je vous souhaite le meilleur pour le développement de votre activité via internet.

Pour conclure, je voulais aussi que vous sachiez que si vous voulez vous faire une éducation plus complète, j'ai écrit un livre électronique de 160 qui vous explique comment utiliser sa mailing list en détail mais aussi sortir du modèle traditionnel de votre activité d'indépendant pour trouver de la clientèle par le biais du Web, générer du revenu passif en créant des produits d'information sur la base de votre expertise et au final gagner plus confortablement votre vie.

Vous pouvez le télécharger et le lire d'ici quelques minutes en cliquant sur le lien ci-dessous :

[Cliquez ici pour accéder à la page de téléchargement du Générateur Automatique de Clientèle Par le Web](#)

Cédric Copy

Coach et Consultant Com'Coach