

La checklist ultime pour les emails du Black Friday et du Cyber Monday

par Mailjet



Planifier



Définir des buts et des indicateurs clairs pour la campagne. Quels sont vos objectifs ?



Identifier les parties prenantes et les ressources nécessaires (design, contenu, landing pages).



Segmenter les listes et déterminer une stratégie de personnalisation. Qui reçoit quoi et pourquoi ?



Authentifier vos domaines d'envoi (SPF, DKIM, DMARC).



Valider et nettoyer votre liste de contacts.



Permettre la désinscription en un clic et le double opt-in.



Préchauffer progressivement votre domaine d'envoi avec des contacts engagés.



Envoyer

- ☐ Utiliser la prévisualisation des emails pour vérifier le rendu sur les différents appareils et détecter les erreurs.
- ☐ Personnaliser le contenu et effectuer des tests A/B sur les objets d'email, les CTA et les designs.
- ☐ Planifier les campagnes à l'avance pour éviter les erreurs d'envoi de dernière minute.
- ☐ Utiliser les automatisations pour l'engagement, l'accompagnement, les rappels, les suivis, les confirmations et, bien sûr, pour travailler plus efficacement.
- ☐ Contrôler les performances en temps réel (rebonds, désinscriptions, ouvertures, clics, taux de livraison, etc.).
- ☐ Espacer les envois pour éviter de submerger votre public.



Réussir

- ☐ Passer les statistiques en revue au moins 48 heures après chaque envoi (taux d'ouverture, de clics, de conversion).
- ☐ Noter le contenu qui a le mieux fonctionné et appliquer les enseignements tirés aux futures campagnes.
- ☐ Fidéliser les nouveaux clients via des scénarios de bienvenue et d'accompagnement.
- ☐ Envoyer des messages de remerciement et des conseils après l'achat pour fidéliser les clients.
- ☐ Réengager les connexions manquées (paniers abandonnés, rendez-vous annulés).
- ☐ Planifier des campagnes de suivi jusqu'en décembre. Ne vous arrêtez pas après le Cyber Monday !

mailjet.com/fr/bfcm