

Réussir votre prospection B2B par email

Tous les derniers mercredis du mois, retrouvez l'Info'graph aloha qui vous apporte toutes les données et conseils pour votre développement commercial.

Engagez une stratégie marketing performante grâce à des **emailings de prospection ciblés**.



Augmentez le flux de prospects qualifiés.



Obtenez un meilleur taux de transformation



Générez plus de chiffre d'affaires

63%

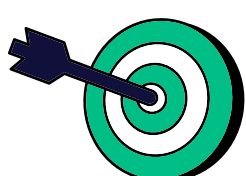
des professionnels français privilégient l'emailing comme canal de contact.



Inclure le prénom du destinataire permet d'accroître le taux de clic entre

5,8 et 7%

5 conseils pour optimiser vos emailings de prospection B2B

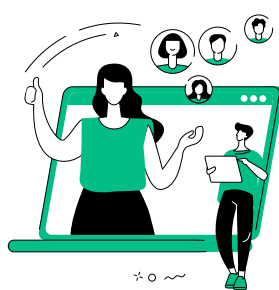


Déterminez la cible de votre prospection B2B :

Privilégiez la qualité à la quantité ! Une prospection ciblée évite que vos emails soient assimilés à du spam. **Définir vos personas** en amont est essentiel pour comprendre votre audience et répondre au mieux à leurs attentes.

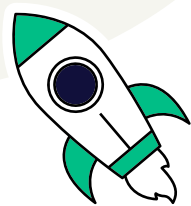
32%

des prospects B2B déclarent "aimer" recevoir des emailings



Personnalisez votre message :

Après avoir défini vos personas, **adaptez votre discours** selon vos destinataires pour avoir plus d'impact. Montrez que vous comprenez les problématiques et challenges de vos prospects.

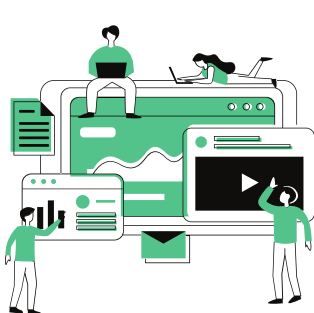


Soignez l'objet de votre emailing :

L'objet représente un levier efficace pour **améliorer vos performances** de campagnes emailing B2B. Optez pour un format court (maximum 50 caractères), modérez l'utilisation des emojis et complétez cet objet par un texte de prévisualisation pour donner plus d'informations sur votre contenu et **attiser la curiosité**.

Privilégiez le texte plutôt que l'image :

Plus vous ajoutez de formats vidéo, photo ou PDF, plus vous alourdissez la taille de votre email. **Trouvez un juste milieu** pour ne pas réduire votre taux de délivrabilité.



Optimisez le Call To Action :

Votre emailing doit **engager votre audience** et inciter à l'action. Attirez l'attention et mettez le en avant ! Ajoutez également des liens vers votre site internet depuis votre logo, lien sur image ou en signature. Ainsi, d'autres options s'offrent au prospect s'il ne clique pas sur l'action principale.



Les meilleurs moments pour envoyer vos emailings de prospection B2B.



Optimisez votre taux d'ouverture et le nombre de clics

 Mardi et jeudi

 Lundi et vendredi



Soyez malin ! Pensez aux heures de pause.

 Envoi à 8h

OU
Entre 15h et 16h

