



# Créez du contenu irrésistible pour vos emails

Réaliser de superbes campagnes emailing tout au long de l'année peut parfois paraître difficile, mais cela peut être encore plus compliqué pendant les fêtes. Pour vous aider à vous préparer à cette période chargée, notre équipe marketing a rassemblé quelques conseils afin de vous aider à créer du contenu inédit et attrayant.

Cette année nous vous aiderons à entretenir votre créativité et à vous prémunir contre l'épuisement dans cette course à la création de contenu. Commencez tôt et planifiez à l'avance pour vous assurer de trouver des sujets pertinents et des call-to-action qui vous permettront de vous démarquer dans la boîte de réception de vos prospects pendant les fêtes.

## 02 Brainstorming sur les contenus d'emails

**COMPLÉTEZ  
CETTE PHRASE:**  
un modèle d'email vide est

.....



Vous avez pensé à « énervant » ou « une source illimitée de possibilités » ? Votre réponse est probablement entre les deux. Proposer des contenus convaincants de qualité alors que vous manquez de temps est épuisant et contre-productif. C'est la raison pour laquelle nous mettons à votre disposition ce guide de réflexion et d'exercices, pour vous aider à planifier vos campagnes en cette saison des fêtes.

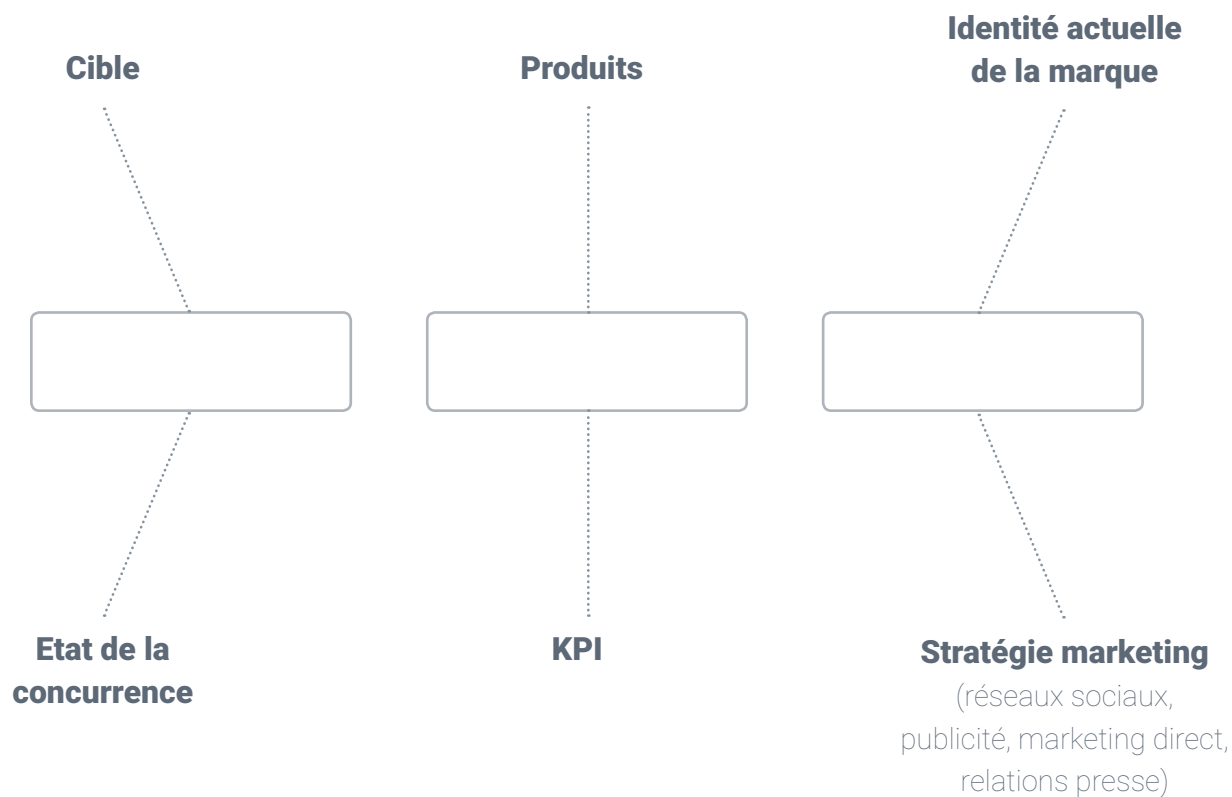
## 02 Brainstorming sur les contenus d'emails

### 2.1. Établissez un cap



Une fois que vous avez identifié vos principaux objectifs pour la saison, inscrivez-les ci-dessous et utilisez la carte d'idée pour trouver des mots-clés ou des thèmes. Nous avons listé quelques points essentiels pour stimuler votre créativité. Pensez aux différents types de public que vous ciblez pour vos objectifs de saison et la façon dont le contenu de vos emails leur correspondra ou sera utile dans d'autres domaines du marketing et de l'entreprise. Partagez cette carte avec vos collègues pour y réfléchir ensemble, en équipe.

#### VOS 3 OBJECTIFS DE LA SAISON :



## 02 Brainstorming sur les contenus d'emails

### 2.2. Affinez vos réflexions



Organisons à présent les mots-clés que vous avez rassemblés après votre première séance de réflexion. Beaucoup d'excellentes idées émergent pendant ces réunions, mais elles ne sont pas toujours utiles directement pour atteindre vos objectifs. Vous trouverez ci-dessous trois tableaux qui vous aideront à prioriser ces thèmes et à vous concentrer sur la cible que vous essayez d'atteindre. Pour commencer, intégrez 3 à 5 mots dans le tableau « très pertinent » puis classez le reste en « moyennement pertinent » et « pas si pertinent ».

#### TRÈS PERTINENT

Thème/sujet	Public

## 02 Brainstorming sur les contenus d'emails

### MOYENNEMENT PERTINENT

Thème/sujet	Public

### PAS SI PERTINENT

Thème/sujet	Public

## 02 Brainstorming sur les contenus d'emails

### 2.3. Passez à l'action



Notez autant de phrases que vous pouvez – ne vous retenez pas, les idées les plus créatives viennent parfois d'un élan d'inspiration. A la fin, ces quelques lignes doivent servir de base à vos slogans et être utilisées comme call-to-action ou en titres. N'oubliez pas les mots incitatifs, poussant à cliquer : « voir », « réserver », « craquer », « rejoindre », « découvrir ».


## 02 Brainstorming sur les contenus d'emails

### 2.4. Mise en œuvre



Rassemblez tous les éléments créés pour avoir une idée générale de ce à quoi ressemblera votre contenu final. Comme l'un de nos designers aime le dire, « Faire du design pour faire du design ça n'a pas de sens ». Le but principal du design est de souligner et de mettre en valeur ce que dit le contenu. Avec cette feuille de travail, nous vous encourageons à prendre le temps de réfléchir aux images que vous allez associer avec vos phrases clés.

Pensez également à des couleurs qui évoquent les vacances – comment donner un esprit plus festif à l'ensemble, tout en conservant l'identité visuelle de votre marque ? Enfin, quels sont les autres éléments utiles que vous pourriez ajouter ? Que ce soit un GIF, un article de blog, un tutoriel vidéo ou un livre blanc, réfléchissez bien à ce contenu pour que vous consacriez le temps approprié à son écriture comme à sa conception.

## 02 Brainstorming sur les contenus d'emails

### TOP TROIS DES COULEURS :

--	--	--

### ÉLÉMENTS MULTIMÉDIAS SPÉCIAUX À CRÉER :

GIF, vidéos, Twitter ou Instagram

--

### ÉLÉMENTS DE CONTENU QUI DOIVENT ÊTRE ADAPTÉS/CRÉÉS :

Pensez à des contenus existants et aux différences nécessaires pour vos campagnes de fin d'année

---

---