

## Correction chapitre 1



### 1. Calcul des Indicateurs Clés

Données :

- Mails envoyés : 10 000
- Mails délivrés : 9 500
- Mails ouverts : 2 850
- Clics sur le lien : 570
- Rendez-vous pris : 95

#### Taux de délivrabilité :

$$9500/10000 \times 100 = 95\% \quad 10000/9500 \times 100 = 95\%$$

#### Taux d'ouverture :

$$2850/9500 \times 100 \approx 30\% \quad 9500/2850 \times 100 \approx 30\%$$

#### Taux de clics :

$$570/2850 \times 100 \approx 20\% \quad 2850/570 \times 100 \approx 20\%$$

#### Taux de conversion (rendez-vous pris) :

$$95/570 \times 100 \approx 16,67\% \quad 570/95 \times 100 \approx 16,67\%$$



### 2. Analyse des Résultats

#### Comparaison avec les moyennes sectorielles (emailing immobilier) :

Indicateur	Résultat ImmoPlus	Moyenne secteur (immobilier)
Taux de délivrabilité	<b>95 %</b>	~95 %
Taux d'ouverture	<b>30 %</b>	~20–25 %
Taux de clics	<b>20 %</b>	~2–5 %
Taux de conversion	<b>16,67 %</b>	~5–10 %

#### Points forts :

1. **Taux d'ouverture élevé (30 %)** : sujet accrocheur ou bon ciblage.
2. **Taux de clics très performant (20 %)** : contenu pertinent et incitatif.

#### Axes d'amélioration :

1. **Taux de conversion améliorable** : seul 1 contact sur 6 prenant connaissance de l'offre passe à l'action.
  2. **Optimisation du contenu post-clic** : la page d'atterrissage ou la proposition pourrait mieux convaincre.
- 



## 3. Optimisation de la Campagne

### Pour améliorer le taux d'ouverture :

1. **Tester plusieurs objets** avec de l'A/B testing (ex : question, urgence, émotion).
2. **Personnaliser l'objet et l'aperçu** avec le prénom ou une référence locale (ex : "Paul, prêt pour acheter à Saint-Denis ?").
3. **Envoyer au bon moment** : privilégier mardi/jeudi matin ou fin d'après-midi.

### Pour augmenter le taux de conversion :

1. **Simplifier la page d'atterrissage** avec un formulaire plus court ou un calendrier de prise de RDV intégré.
2. **Ajouter un témoignage client ou une preuve sociale** ("+120 jeunes actifs accompagnés en 2024").
3. **Proposer une incitation** : offre limitée, bonus d'accompagnement (ex : "RDV avant le 30 mai = audit gratuit").