

✓ Correction exercice chapitre 5 – Optimiser le taux d'ouverture de vos newsletters

1. Analyse des performances

- Le **taux de délivrabilité** de 88 % est relativement faible. Cela signifie qu'une part importante des emails n'arrive pas dans la boîte de réception (possibles problèmes techniques ou réputation de l'expéditeur).
- Le **taux d'ouverture** de 14 % est bien en dessous de la moyenne (souvent située entre 20-25 %).
- Le **taux de clics** de 2 % est également bas, ce qui indique un contenu peu engageant ou mal ciblé.
- Le **taux de désinscription** de 5 % est élevé, ce qui traduit une insatisfaction de la part des abonnés (contenu, fréquence, ou autre).

2. Trois causes possibles du faible taux d'ouverture

- L'objet du mail est peu accrocheur ou non pertinent.
- L'adresse d'envoi n'est pas reconnue ou perçue comme du spam.
- La fréquence d'envoi est trop élevée, ce qui pousse les abonnés à ignorer l'email ou à se désinscrire.

3. Trois actions concrètes à mettre en place

- Travailler les **objets d'emails** pour qu'ils soient plus personnalisés, clairs et attractifs.
- Utiliser une **adresse d'expéditeur identifiable et rassurante** (ex : prénom + nom de l'entreprise).
- Segmenter la base d'abonnés pour envoyer des **contenus adaptés à chaque groupe cible**, afin d'augmenter la pertinence.

- ✅ Correction exercice chapitre 5 – Optimiser le taux d'ouverture de vos newsletters

4. Influence du type de cible et de campagne

- Si la cible est **B2C**, elle sera plus réceptive à des offres promotionnelles et à une fréquence plus légère.
- Une campagne de **fidélisation** (contenu utile, conseils, offres VIP) aura généralement un meilleur taux d'ouverture qu'une campagne d'**acquisition** (plus froide, moins attendue).

5. Ligne d'objet alternative

🔒 "Offre exclusive réservée à vous – à découvrir avant dimanche !"

Pourquoi ?

Cette ligne d'objet joue sur **l'exclusivité**, **l'urgence temporelle**, et la **personnalisation** implicite ("réservée à vous"), ce qui augmente la probabilité de susciter la curiosité et d'inciter à l'ouverture.