

GUIDE NEWSLETTER MAILCHIMP

Emetteur : Service communication
Destinataire : Associations FSCF
Objet : Guide newsletter MailChimp

1 CONSTAT

L'emailing est un moyen de communication permettant de délivrer un message touchant directement le pratiquant. Ce moyen est très efficace pour informer de manière ciblée sa communauté de manière ponctuelle mais régulière des différents rendez-vous à venir, des retours sur les événements passés etc.

La plupart des solutions d'emailing sont payantes mais un outil gratuit existe, Mailchimp.

L'objectif ici est de produire un guide Mailchimp afin de montrer aux associations comment l'utiliser pour qu'elles puissent toucher de manière efficace et ciblée les pratiquants.

MailChimp est une plateforme d'automatisation de marketing qui aide à partager des campagnes publicitaires et des campagnes d'e-mails avec d'autres parties intéressées. La stratégie de marketing par e-mails repose sur des pratiques de gestion des listes saines, des campagnes conçues de manière ingénieuse et d'une analyse profonde des données.

2 LEXIQUE

MailChimp est une application Web qui fonctionne dans la plupart des navigateurs Web, ce qui veut dire que vous n'avez pas besoin de télécharger ou d'installer un logiciel sur votre ordinateur.

3 CONFIGURATION DU COMPTE

Voici ce qu'il faut savoir avant de commencer ce processus.

- MailChimp est une application Web.
- Vous devrez fournir une adresse e-mail qui sera associée au compte.
- Votre nom d'utilisateur MailChimp doit être unique et ne peut pas être réutilisé.
- Vous devez inclure une adresse postale physique dans tous les e-mails. Il peut s'agir d'une adresse à laquelle vous pouvez recevoir du courrier, comme par exemple une adresse de bureau ou une boîte postale.
- Vous devrez fournir une URL pour votre site Web lorsque vous vous inscrivez. Si vous n'avez pas de site Web, vous pouvez utiliser un blog ou une adresse de réseaux sociaux.
- Tous les comptes commencent avec le forfait Forever Free, vous n'avez donc pas besoin d'une carte de crédit pour vous inscrire.

3.1 S'INSCRIRE ET CREER UN COMPTE

Lorsque vous créez un compte MailChimp, vous vous engagez à respecter les Conditions d'utilisation et les règlements anti-spam. Afin de maintenir une réputation d'envoi positive et pour que votre compte soit en règle, il est important que vous respectiez toujours ces politiques.

Ci-dessous, la démarche pour créer votre compte.

1. Accédez à la page d'accueil de MailChimp (<https://mailchimp.com>) et cliquez sur Sign Up Free (Inscription gratuite).

A blue rectangular button with rounded corners containing the text "Sign Up Free" in white.

2. À la page Premier pas, saisissez votre Email (e-mail), votre Username (nom d'utilisateur) et votre Password (mot de passe), puis cliquez sur Get Started! (Commencer !)



Get started with a free account

Create a free MailChimp account to send beautiful emails to customers, contributors, and fans. Already have a MailChimp account? [Log in here](#)

Email

Username

Password

 Show

• One lowercase character

• One special character

• One uppercase character

• 8 characters minimum

• One number

3. Un message de confirmation s'affichera. Consultez votre boîte de réception pour vérifier que vous avez bien reçu l'e-mail d'activation du compte afin de terminer la configuration de votre compte.

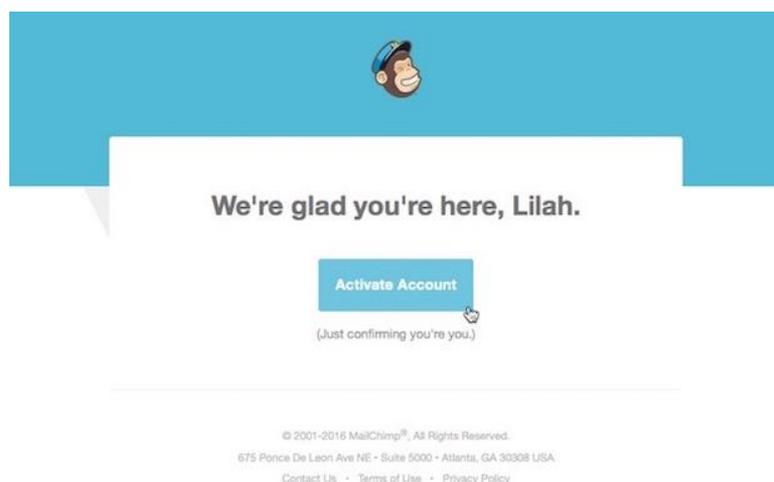
Remarques

- Les délais de réception de l'e-mail d'activation peuvent varier. Si vous n'avez pas reçu l'e-mail d'activation, regardez dans votre dossier spam. Vous pouvez également activer votre compte depuis la page de connexion, où vous pourrez saisir vos identifiants et cliquer sur Se connecter.
- MailChimp bloque les inscriptions des adresses e-mail basées sur des rôles, comme `admin@hathaway.edu` ou securite@hathaway.edu.

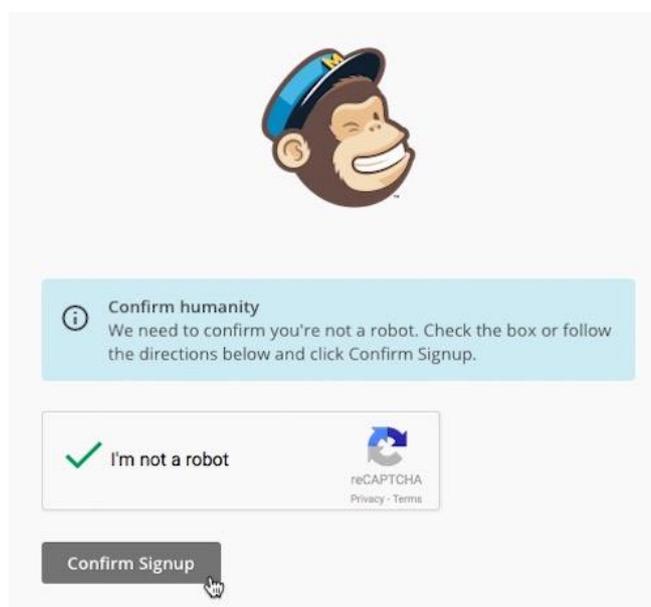
3.2 ACTIVATION DU COMPTE

Vous pourrez terminer la configuration du compte une fois que vous aurez reçu l'e-mail d'activation du compte de la part des Services clients MailChimp.

4. Ouvrez l'e-mail d'activation du compte et cliquez sur **Activate Account** (Activer le compte).



5. À l'écran Confirm Humanity (Prouvez que vous êtes humain), cochez la case I'm not a robot (Je ne suis pas un robot) et cliquez sur Confirm Signup (Confirmer l'inscription).



3.2.1 PROCESSUS D'INSCRIPTION

La première fois que vous vous connecterez à votre compte, MailChimp vous demandera des informations requises. MailChimp utilise ces informations pour fournir un contenu qui est pertinent pour vous, qui répond aux besoins de votre entreprise, et qui permet de veiller à ce que votre compte respecte nos Conditions d'utilisation.

Dans cette section, vous découvrirez comment MailChimp utilise ces informations.

- Nom

Le nom associé à votre profil de compte. Le profil vous est unique et peut avoir accès à plusieurs comptes MailChimp.

- Adresse e-mail

L'adresse e-mail à laquelle MailChimp vous contactera. Assurez-vous de bien avoir accès à cette adresse. L'adresse e-mail de réponse que vous utilisez pour envoyer des e-mails peut être différente de cette adresse e-mail.

- Questions d'organisation

Des détails sur votre entreprise. Ceux-ci aident à fournir un contenu et des conseils pertinents.

- Nom de l'organisation

Le nom de votre entreprise ou organisation. Il apparaîtra sur chaque e-mail avec votre adresse postale physique.

- URL de site Web

L'URL du site internet de votre entreprise, organisation ou de votre site personnel. Il peut s'agir du site web de votre blog, de votre profil de réseau social ou d'une page de destination personnelle. MailChimp utilisera l'URL pour quelques raisons, comme pour vérifier la conformité de votre compte.

- Adresse physique

L'adresse postale à laquelle vous pouvez recevoir du courrier. Une adresse physique est requise par la loi et doit figurer sur tout e-mail que vous envoyez. Votre adresse physique peut être votre adresse personnelle, l'adresse de votre entreprise, ou une boîte postale.

Après avoir saisi ces informations, suivez les instructions pour terminer le processus et vous connecter à votre nouveau compte MailChimp.

4 CREER UNE LISTE

Une liste de contacts ordonnée et à jour est la base d'un marketing efficace. Lorsque vous créez un compte MailChimp, ce dernier utilisera les détails de votre configuration pour générer automatiquement une liste par défaut pour vous.

Chaque fois que vous créez une nouvelle liste, vous serez invité à saisir des informations par défaut comme l'Adresse e-mail de l'expéditeur et un message pour rappeler aux contacts comment ils sont arrivés sur votre liste.

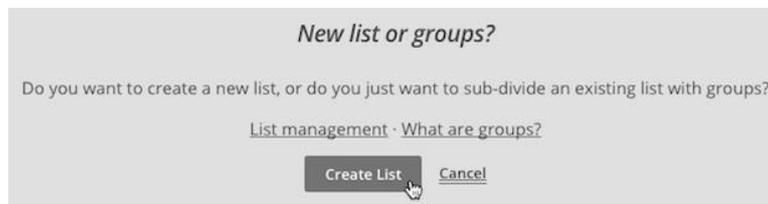
4.1 CREER UNE NOUVELLE LISTE

Pour créer une nouvelle liste dans votre compte MailChimp, procédez comme suit.

6. Accédez à la page Lists (Listes).
7. Cliquez sur Create List (Créer une liste).



8. Dans la boîte New list or groups (Nouvelle liste ou groupes ?), cliquez sur Create List



9. Saisissez les List details (Informations de la liste) dans les champs prévus à cet effet.

List details

List name

Default From email address

Default From name

Remind people how they signed up to your list

10. Passez en revue les Contact information for this list (Coordonnées de cette liste), et apportez des modifications si nécessaire.

11. Dans la section Form Settings (Paramètres du formulaire), choisissez la méthode d'inscription pour votre liste.

Form Settings

Double opt-in



Send contacts an opt-in confirmation email when they subscribe to your list.

Faites passer le curseur Double opt-in (Opt-in double) sur la coche verte pour envoyer un e-mail de confirmation d'opt-in lorsqu'une personne s'inscrit sur votre liste. Ou, laissez-la décocher pour utiliser immédiatement l'opt-in simple et ajouter des abonnés à votre liste immédiatement.

12. Entrez l'adresse e-mail à laquelle vous souhaitez recevoir des notifications concernant votre liste, et sélectionnez vos notifications.

Notifications

- Daily summary
Summary of subscribe/unsubscribe activity
- One-by-one
Subscribe notifications as they happen
- One-by-one
Unsubscribe notifications as they happen

Lorsque vous avez terminé, cliquez sur Save (Enregistrer).

Après avoir créé votre liste, vous pourrez importer des abonnées ou configurer un formulaire d'inscription pour recueillir de nouveaux contacts.

4.2 IMPORTER DES ABONNES DANS UNE LISTE

L'importation d'une liste comprend deux étapes. D'abord, vous préparerez votre fichier tableur (Excel) de contacts en dehors de MailChimp et l'enregistrerez en tant que fichier CSV. Ensuite, vous utiliserez l'éditeur d'importation de liste pratique pour ajouter vos contacts à MailChimp.

4.2.1 PREPARER L'IMPORTATION

Pour préparer votre dossier pour l'importation, procédez comme suit.

13. Dans un programme de tableur comme Excel ou Google Sheets, ouvrez votre feuille de calcul vide.

14. Créez et nommez une colonne pour les adresses email.

| | A | B | C |
|---|----------------------|---|---|
| 1 | Email Address | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |
| 6 | | | |

15. À côté de votre colonne Email Address (Adresse email), créez et nommez des colonnes supplémentaires pour le First Name (Prénom) et le Last Name (Nom).

| | A | B | C |
|---|----------------------|-------------------|------------------|
| 1 | Email Address | First Name | Last Name |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |
| 6 | | | |

Le champ des adresses email est le seul champ dont MailChimp a besoin, mais vous pouvez répéter cette étape pour tout autre champ de données d'abonné que vous voulez inclure dans MailChimp, comme le numéro de téléphone, l'anniversaire, la langue, l'adresse, ou le pays.

16. Collez les informations de vos contacts dans les champs prévus à cet effet dans la feuille de calcul.

| | A | B | C |
|---|-----------------------------|-------------------|------------------|
| 1 | Email Address | First Name | Last Name |
| 3 | mwhite@student.hathaway.edu | Maya | White |
| 4 | bmwangi@hathaway.edu | Benjamin | Mwangi |
| 5 | enemec@hathaway.edu | Elizabeth | Nemec |
| 6 | eruiz@hathaway.edu | Edward | Ruiz |

17. Enregistrez le fichier au format CSV. Vous pouvez généralement accéder à cette option dans le menu File (Fichier) de votre programme de tableur, sous le nom "Exporter en .CSV" ou "Télécharger en .CSV." Les tableurs différents varient légèrement les uns des autres. Si vous utilisez un autre type de fichier, MailChimp ne sera pas en mesure de traiter le fichier.

Maintenant que vous avez terminé ces étapes, vous êtes prêt à importer le fichier CSV dans votre liste MailChimp.

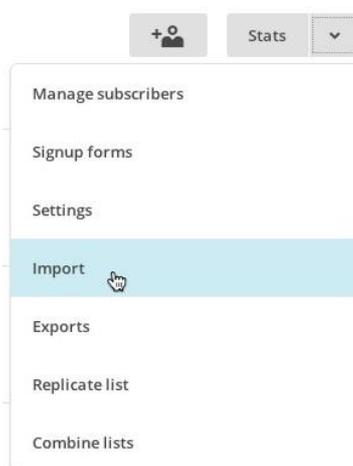
4.2.2 IMPORTER DANS MAILCHIMP

Maintenant que votre fichier est configuré correctement, vous allez vous connecter à votre compte MailChimp et utiliser l'éditeur d'importation de liste pour télécharger votre fichier.

Pour télécharger vos contacts MailChimp, procédez comme suit.

18. Accédez à la page Lists (Listes).

19. Cliquez dans le menu déroulant à côté de la liste avec laquelle vous voulez travailler, et choisissez Import (Importer).



20. Choisissez CSV or tab-delimited text file (CSV ou fichier texte délimité par des tabulations).

Where do you want to import subscribers from?

- CSV or tab-delimited text file
Import contacts from .csv or .txt files
- Copy/Paste from file
Copy and paste contacts from .xls or .xlsx files
- Integrated service
Import contacts from services like Google Contacts, Salesforce, Highrise, Zendesk, and more. [Learn more](#)

21. Cliquez sur Next (Suivant).

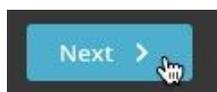
22. Cliquez sur Browse (Parcourir), et choisissez le fichier sur votre ordinateur.

Import from CSV file

Upload file

Acceptable file types: CSV or [tab-delimited text files](#).

23. Cochez la case à côté de « I understand that my billing plan may be automatically upgraded » (Je comprends que mon plan de facturation peut être mis à niveau automatiquement). Votre compte ne sera mis à niveau que si l'importation de votre liste amène votre nombre d'abonnés à dépasser votre plan de facturation actuel.
24. Cliquez sur Next (Suivant) pour passer à l'étape Importer les abonnés et faire correspondre les colonnes de votre fichier d'importation avec les champs de votre liste MailChimp.



25. Cliquez sur Save (Enregistrer) dans la colonne d'adresses email. MailChimp transmet automatiquement la colonne de votre fichier d'importation qui contient des adresses email au champ d'adresse email nécessaire de votre liste.

Column Name

Email Address

Save > Skip

Email

lilah@hathaway.edu

26. Sur la deuxième colonne, vérifiez que le nom de la colonne et le type de champ sont corrects, et cliquez sur Save (Enregistrer). Ou cliquez sur le menu déroulant pour sélectionner un autre type de champ. Pour créer une nouvelle colonne dans votre liste, choisissez New Column Name (Nouveau nom de colonne).

Le volet d'édition pour chaque colonne comprend le nom actuel de la colonne, le type de champ, et des exemples de données de votre liste, pour référence. Pour exclure une colonne de l'importation finale, cliquez sur Skip (Passer).

27. Répétez l'étape précédente pour toutes les colonnes sans correspondance. Vous devez faire correspondre ou passer toutes les colonnes pour terminer votre importation. Une fois que vous aurez terminé vos correspondances, MailChimp affichera un message de réussite.

28. Cliquez sur Next (Suivant) pour passer en revue vos paramètres d'importation finale.

29. Sur l'écran « You're all set to import! » (Vous êtes prêt à importer !), passez en revue les paramètres de votre importation. N'oubliez pas de laisser sélectionnée l'option Abonné (Subscribed).

30. Après avoir vérifié vos paramètres, cliquez sur Import (Importer).

5 CREER UNE CAMPAGNE

Une campagne est un message que vous partagez via des emails, des publicités ou d'autres canaux. Dans MailChimp, la plupart des utilisateurs commencent par utiliser une campagne d'e-mail standard.

Pour créer une campagne d'e-mail standard, procédez comme suit.

31. Accédez à la page Campaigns (Campagnes).

32. Cliquez sur **Create Campaign** (Créer une campagne).

33. Dans la fenêtre contextuelle, cliquez sur **Create an Email** (Créer un email).



34. Sur l'onglet Regular (Standard), saisissez le nom de la campagne et choisissez une liste.

35. Cliquez sur **Begin** (Démarrer).



36. À l'étape Recipients (Destinataires) de l'Éditeur de campagne, choisissez une liste dans le menu déroulant et cliquez sur **Next** (Suivant).

37. À l'étape Design (Configuration), saisissez votre Email subject (Objet d'e-mail), Preview text (le texte de prévisualisation), From name (le nom de l'expéditeur) et From email address (l'adresse e-mail de l'expéditeur). Vous pouvez ensuite sélectionner les outils de suivi, connecter les réseaux sociaux et configurer les paramètres avancés parmi les options disponibles.

38. Une fois que vous aurez terminé, cliquez sur **Next** (Suivant).

39. À l'étape Template (Modèle), choisissez l'un de nos types modèles.

40. À l'étape Design (Conception), vous pourrez saisir et personnaliser votre contenu de campagne.

41. Lorsque vous aurez terminé la conception de votre campagne, cliquez sur Next (Suivant) pour accéder à la page de Confirm (Confirmation).

Sur la page de confirmation, MailChimp s'assure que toutes les étapes ont été remplies et MailChimp vous informera de tout ce qui nécessite votre attention avant d'envoyer la campagne. Vous pouvez planifier l'envoi de votre campagne à une date ou à une heure ultérieures ou l'envoyer immédiatement.

5.1 PERSONNALISATION DES MODELES

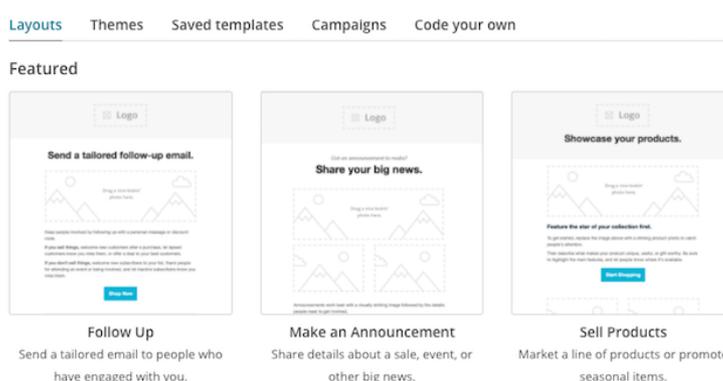
Lorsque vous créez une campagne dans MailChimp, vous choisirez un modèle dans la section Contenu de l'éditeur de campagne. Le modèle que vous sélectionnez sera la base de votre conception.

Pour sélectionner un modèle, procédez comme suit.

1. Dans la section Content (Contenu) de l'éditeur de campagne, cliquez sur Design Email (Concevoir l'e-mail).

A dark grey rectangular button with the text "Design Email" in white. A mouse cursor is pointing at the bottom right corner of the button.

2. À l'étape Template (Modèle), cliquez sur le modèle que vous voulez utiliser. Vous pouvez toujours revenir plus tard pour changer de modèle.



Choisissez parmi les mises en page (présentés et de base), les thèmes, les modèles enregistrés, les campagnes ou les modèles à code personnalisé pour commencer à concevoir votre campagne.

5.1.1 MISE EN PAGE

5.1.1.1 PRESENTES

Les modèles présentés ont été conçus avec des objectifs précis. Chaque modèle contient des blocs de contenus personnalisables que vous pouvez utiliser pour promouvoir de nouveaux éléments, raconter l'histoire de votre association, envoyer un message de suivi personnalisé, éduquer votre public concernant un service ou une activité spécifique, et bien plus encore. Les modèles présentés utilisent l'éditeur en glisser-déposer, afin que vous puissiez facilement créer des campagnes personnalisées en fonction de vos besoins.

5.1.1.2 DE BASE

Les modèles de base combinent des mises en pages vierges avec l'éditeur en glisser-déposer de l'éditeur de campagne ; vous avez ainsi le contrôle total de la mise en page de votre campagne. Les modèles de base sont disponibles en versions standard et largeur complète. Les modèles de largeur complète étendent l'arrière-plan de chaque section de campagne sur toute la largeur du client sur lequel ils sont affichés.

5.1.1.3 THEMES

MailChimp a fait équipe avec certains des designers les plus talentueux du Web pour vous apporter de superbes modèles prédéfinis et simples à utiliser. Les modèles à Thèmes font également usage de l'éditeur en glisser-déposer, de sorte que vous pouvez personnaliser davantage le design de votre campagne.

5.1.1.4 LES MODELES ENREGISTRES

Cet onglet comprend les modèles que vous téléchargez sur la page Modèles de votre compte, et toutes les conceptions de campagnes que vous avez enregistrées en tant que modèles pour une utilisation ultérieure. Sélectionnez un modèle dans les Saved Templates (Modèles enregistrés) et modifiez le contenu et sa conception comme bon vous semble.

5.1.1.5 CAMPAGNES

Choisissez-en une que vous avez récemment envoyée ou une ébauche de campagne comme point de départ de votre nouvelle campagne. MailChimp créera une copie exacte du contenu et du design de la campagne, pour que vous puissiez la modifier au besoin, sans repartir de zéro.

5.1.1.6 CODE PERSONALISE

Si vous avez un modèle en code personnalisé, cliquez sur Code your own (Code personnalisé) pour coller votre code, l'importer depuis un fichier .zip ou depuis une URL. Incluez le langage de modèle dans votre code pour modifier la conception de la campagne avec l'éditeur de campagne.

5.1.2 AJOUTER DU CONTENU

Après avoir choisi un modèle, vous passerez à l'étape Conception de la section Contenu. Utilisez des blocs de contenu pour ajouter et formater du texte, charger des images, ajouter des liens vers des fichiers et bien plus encore. Tous les modèles affichent un texte et des images de substitution pour vous aider à commencer à concevoir votre campagne. Selon le modèle que vous choisissiez, vous pouvez ajouter, supprimer, déplacer et reproduire des blocs de contenu pour créer l'apparence et l'impression que vous voulez.

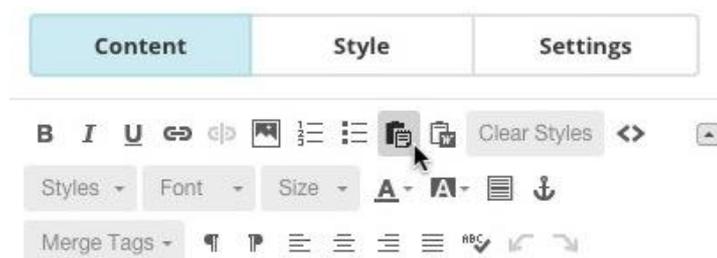
5.1.2.1 DEPOSER DES BLOCS DE CONTENU

L'éditeur en glisser-déposer vous permet de dupliquer, supprimer et réorganiser les blocs de contenu à la volée. Glissez-déposez des blocs de contenu divers et variés dans votre mise en page et réorganisez-les pour personnaliser l'apparence de votre campagne.

5.1.2.2 AJOUTER DU TEXTE

La meilleure façon d'ajouter du texte à votre campagne est de le taper directement dans le volet d'édition de bloc de contenu. Si vous préférez travailler en dehors de l'éditeur de campagne, copiez et collez votre contenu à partir d'un simple éditeur de texte, comme Notepad ou TextWrangler.

Évitez les programmes de traitement de texte enrichi, comme Word ou Publisher. Ils ajoutent un code de style au texte qui peut vous empêcher de mettre en forme le contenu dans l'éditeur de campagne. Si vous voulez copier le contenu d'un éditeur de texte enrichi, d'un site Web ou d'un programme de messagerie, cliquez sur l'icône Paste as plain text (Coller en tant que texte brut) dans la barre d'outils de l'éditeur pour ajouter votre texte.



Si le contenu a déjà été ajouté à votre campagne et que vous n'avez pas utilisé l'option Paste as plain text (Coller en tant que texte brut), ou si le contenu ne se met pas à jour lorsque vous mettez le texte en forme, cliquez sur Clear Styles (Effacer les styles) et réessayez.

5.1.3 MODIFIER LES STYLES

Les styles et paramètres de la conception de votre campagne peuvent être appliqués depuis plusieurs endroits. Chaque section de votre campagne d'e-mail est liée à une autre dans une hiérarchie ; ainsi, les styles définis dans une zone donnée de l'éditeur de campagne peuvent affecter d'autres sections.

5.1.3.1 ONGLET CONCEPTION

Chaque modèle est divisé en différentes sections, comme l'en-tête, le corps et le pied de page. Vous pouvez appliquer des styles à ces sections dans l'onglet Design (Conception) de l'éditeur de campagne. Lorsque des styles sont appliqués à une section, ils sont également appliqués à tous les blocs de contenu de cette section.

5.1.3.2 ONGLET STYLES ET PARAMETRES

Si vous voulez qu'un de vos blocs de contenu ait un style différent des autres blocs de contenu dans sa section, ouvrez ce bloc de contenu et définissez vos préférences dans les onglets Style et Parameters (Paramètres) pour ce bloc de contenu. Les styles que vous appliquerez ici remplaceront le style de la section dans laquelle se trouve le bloc de contenu.

5.1.3.3 BARRE D'OUTILS DANS L'ÉDITEUR

Utilisez la barre d'outils de l'éditeur dans chaque bloc de contenu pour peaufiner le style ligne par ligne. Les modifications apportées ici remplaceront tous les styles que vous avez définis pour ce bloc de contenu ou cette section.

6 RAPPORTS DE CAMPAGNES

Même après avoir cliqué sur Send (Envoyer), vous n'avez pas encore terminé ! Un élément clé d'un marketing réussi est le suivi de l'engagement du public, de manière à leur envoyer du contenu qui les intéresse et éviter le contenu qu'ils ne veulent pas.

La prochaine fois que vous vous connecterez à MailChimp après l'envoi d'une campagne d'e-mail, vous verrez combien de contacts ont ouvert votre e-mail, combien ont cliqué sur vos liens ou se sont désabonnés de vos campagnes récentes, directement depuis votre tableau de bord. Cliquez sur Reports (Rapports) pour afficher plus d'informations et pour télécharger, partager ou imprimer vos rapports de campagne.

Les données de suivi des clics et des ouvertures vous indiquent combien de personnes ont vu le contenu de votre campagne, les liens sur lesquels elles ont cliqués et même leur position géographique. Intégrez votre compte Google Analytics avec MailChimp ou connectez votre base de données CRM pour obtenir plus d'informations.

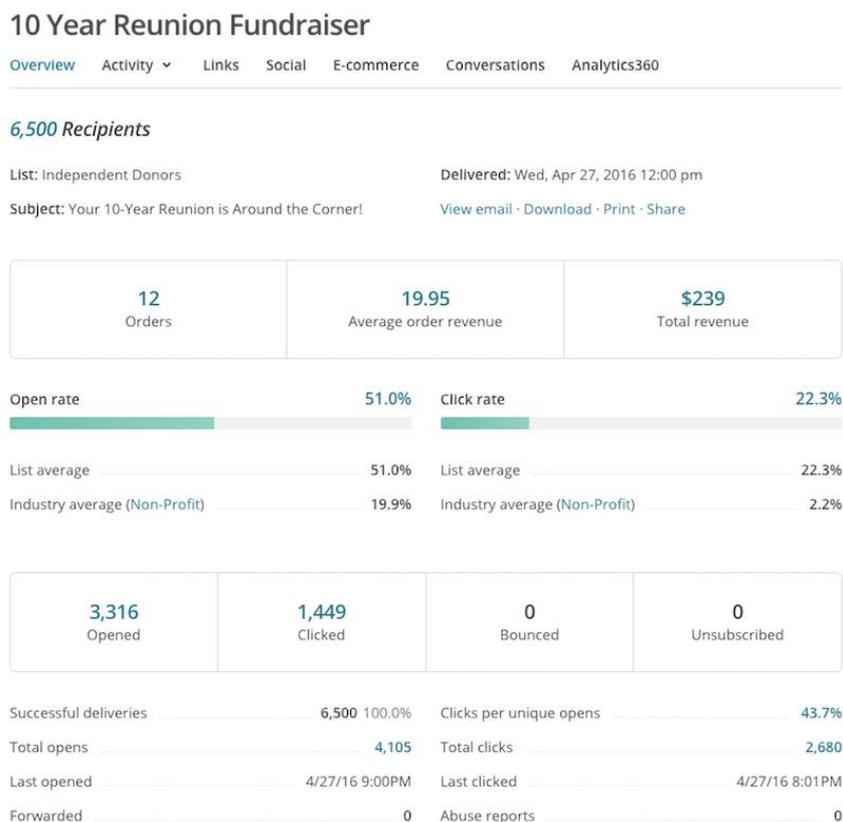
6.1 VOIR LES RAPPORTS

Pour afficher un rapport pour une campagne email individuelle, procédez comme suit.

1. Accédez à la page Reports (Rapports).
2. Cliquez sur View Report (Visualiser le Rapport) à côté de la campagne avec laquelle vous voulez travailler.

6.2 APERÇU DES STATISTIQUES

Lorsque vous ouvrez votre rapport, vous accédez à la page Aperçu, qui contient les données générales de la campagne, comme les clics, les ouvertures et les revenus totaux de la campagne.



6.2.1 RECIPIENTS (DESTINATAIRES)

Nombre d'abonnés auxquels la campagne a été envoyée.

6.2.2 DELIVERED (DISTRIBUEES)

La date et l'heure à laquelle la campagne a été envoyée depuis les serveurs MailChimp.

6.2.3 OPEN RATE (TAUX D'OUVERTURES)

Le pourcentage de campagnes distribuées avec succès qui ont été enregistrées comme une ouverture.

6.2.4 CLICK RATE (TAUX DE CLICS)

Le pourcentage de campagnes distribuées avec succès qui ont été enregistrées comme un clic.

6.2.5 LIST AVERAGE FOR OPENS AND CLICKS (MOYENNE DE LA LISTE POUR LES OUVERTURES ET LES CLICS)

Le pourcentage moyen d'ouvertures et de clics des campagnes précédentes envoyées à cette liste.

6.2.6 INDUSTRY AVERAGE FOR OPENS AND CLICKS (MOYENNE DU SECTEUR POUR LES OUVERTURES ET LES CLICS)

Le pourcentage moyen d'ouvertures et de clics pour les campagnes dans le secteur sélectionné, que vous avez choisi pour votre compte.

6.2.7 OPENED (OUVERT)

Le nombre de destinataires qui ont ouvert cette campagne un certain nombre de fois.

6.2.8 CLICKED (CLIQUE)

Le nombre de destinataires ayant cliqué sur un lien traçable un certain nombre de fois dans cette campagne.

6.2.9 BOUNCED (REBONDS)

Nombre de destinataires enregistrés comme un rebond dur ou mou.

6.2.10 DESABONNEMENTS

Le nombre d'abonnés qui se sont désinscrits de votre liste en utilisant le lien de désabonnement dans cette campagne.

6.2.11 TOTAL OPENS (TOTAL DES OUVERTURES)

Le nombre total de fois que la campagne a été ouverte par les destinataires. Ce nombre inclut les ouvertures multiples de destinataires uniques.

6.2.12 SUCCESSFUL DELIVERIES (DISTRIBUTIONS REUSSIES)

Le nombre de destinataires qui n'ont pas eu de rebond temporaire ni définitif sur cette campagne.

6.2.13 CLICKS PER UNIQUE OPENS (NOMBRE DE CLICS PAR OUVERTURES UNIQUES)

Le pourcentage des destinataires enregistrés comme une ouverture ayant également cliqué sur un lien dans votre campagne.

6.2.14 TOTAL CLICKS (NOMBRE TOTAL DE CLICS)

Le nombre total de fois où les destinataires ont cliqué sur des liens suivis. Ce nombre inclut les clics multiples par des destinataires uniques.

6.2.15 FORWARDED (TRANSFERTS)

Le nombre de fois où une campagne a été transférée en utilisant le formulaire Envoyer à un ami. Cette statistique ne prend en compte que les transferts réalisés via le formulaire Envoyer à un ami et ne peut détecter quand un abonné utilise la fonction de transfert dans leur programme de messagerie.

6.2.16 FORWARD OPENS (OUVERTURES DE TRANSFERT)

Le nombre de fois où la campagne a été ouverte par une personne ayant reçu la campagne transférée via le formulaire Envoyer à un ami.

6.2.17 ABUSE REPORTS (RAPPORTS D'ABUS)

Nombre de destinataires qui ont signalé votre e-mail comme spam. Les abonnés qui signalent une campagne comme un spam sont automatiquement désabonnés de votre liste.

6.2.18 LAST OPENED (DERNIERE OUVERTURE)

La dernière fois qu'un destinataire a ouvert la campagne.

6.2.19 LAST CLICKED (DERNIER CLIC)

La dernière fois qu'un destinataire a cliqué sur un lien traçable dans la campagne.

6.2.20 24-HOUR PERFORMANCE (PERFORMANCES SUR 24 HEURES)

Un graphique détaillant l'activité d'un abonné (ouvertures et clics) au cours des premières 24 heures après l'envoi de la campagne.

6.2.21 TOP LINKS CLICKED (TOP DES LIENS CLIQUES)

Les URL qui ont été les plus cliquées dans la campagne.

6.2.22 SUBSCRIBERS WITH MOST OPENS (ABONNES AVEC LE PLUS D'OUVERTURES)

Les abonnés qui ont ouvert le plus de fois la campagne.

6.2.23 SOCIAL PERFORMANCE (PERFORMANCE SOCIALE)

Fournit une vue d'ensemble de la façon dont votre campagne a été perçue sur les différents réseaux sociaux. Lorsque votre campagne génère une activité Facebook ou URL de campagne, MailChimp créera un lien vers les statistiques sur l'Aperçu du rapport. Cliquez sur les liens pour afficher des informations plus détaillées sur l'activité sociale de votre campagne.

6.2.24 TOP LOCATIONS (MEILLEURS EMPLACEMENTS)

Affiche l'endroit d'où vos abonnés ouvrent vos campagnes, aux quatre coins du globe. MailChimp utilise la géolocalisation pour recueillir les informations de localisation de vos abonnés et le nom du pays d'où viennent vos abonnés.

6.3 VOIR LES ONGLETS « RESULTATS DE CAMPAGNE »

Chaque onglet supplémentaire de votre rapport présente des données importantes sur la façon dont votre campagne a été effectuée.

Overview Activity ▾ Links Social E-commerce Conversations Analytics360

6.3.1 OVERVIEW (APERÇU)

L'Aperçu du rapport offre une vue d'ensemble rapide sur les performances de la campagne : qui a reçu la campagne, quand elle a été ouverte, quels liens ont été cliqués, combien y a-t-il eu de distributions réussies, et d'autres informations.

6.3.2 ACTIVITY (ACTIVITE)

Le menu Activité vous permet de creuser un peu plus les résultats de la campagne. Sélectionnez l'une des options du menu Activité pour afficher ou exporter un segment de destinataires qui ont interagi avec votre campagne d'une manière spécifique telle que ont ouvert ou n'ont pas ouvert, les performances de clics, les rebonds et autres.

L'activité peut également être utilisée pour envoyer des campagnes ciblées à des parties spécifiques de votre liste en utilisant les puissantes options de segmentation de MailChimp.

6.3.3 LINKS (LIENS)

L'onglet Liens vous donne une meilleure idée des performances de chaque URL suivie dans la campagne. Vous trouverez une liste des URL suivis de votre campagne et le nombre total de clics uniques pour chacun. Si vous consultez le rapport d'une campagne normale, RSS, d'automatisation ou de test A/B, MailChimp remplit aussi une carte de clics pour vous donner une représentation visuelle des performances de chaque lien.

6.3.4 SOCIAL

L'onglet Social affiche qui a aimé votre campagne sur Facebook, une liste des meilleurs influenceurs et parrains pour la campagne, et une carte de clics du monde entier. Avant d'ajouter les statistiques Facebook à vos rapports de campagne, vous devez intégrer votre compte à Facebook.

6.3.5 E-COMMERCE REPORTS (RAPPORTS DE COMMERCE ELECTRONIQUE)

L'onglet Commerce électronique offre une analyse des achats de chaque abonné. Vous pouvez donc rapidement identifier quels abonnés réalisent un achat et ce qu'ils achètent après avoir ouvert votre campagne. Si votre campagne comprend des produits provenant de plusieurs magasins connectés, vous pouvez filtrer les données d'achat par chaque magasin.

6.3.6 CONVERSATIONS

L'onglet Conversations affiche les réponses à votre campagne lorsque le suivi de conversation est activé. Le suivi de conversation offre plus de souplesse qu'une adresse e-mail de réponse standard, car il permet aux autres utilisateurs du compte de recevoir des notifications par e-mail lorsqu'un abonné répond à votre campagne.

6.3.7 ANALYTICS360

L'onglet Analytics360 affiche les données Analytics 360 le cas échéant, et les statistiques d'intégration des services comme Eventbrite ou SurveyMonkey. MailChimp affiche également une analyse des principaux domaines de messagerie pour vos abonnés dans la graphique performance des domaines de messagerie.

6.3.8 INBOX PREVIEW, TEST A/B, ET TIME WARP

Ces résultats sont disponibles dans l'Aperçu de rapport si vous avez utilisé ces caractéristiques pour votre campagne. Cliquez tout simplement sur les titres pour voir les résultats dans votre rapport de campagne.

7 CONTACT

Pour toute demande d'information, veuillez contacter le service communication du siège.

Téléphone : 01 43 38 88 96

Mail : communication@fscf.asso.fr