

emailing

4 Réalisations des tests.

Avant toute opération de campagnes d'emailing, il est toujours conseillé de réaliser un test technique et cognitif du message vers le destinataire, afin de mesurer ses réactions.

TEST DE RECEPTION

Il se fait sur une messagerie lambda. Il se peut que des codes HTML (javascript, feuilles de style,...) ne soient pas lisibles sur certaines messageries (webmail par exemple) et pour être sûr que votre message sera lu de façon correcte par tous les internautes.

Afin de s'assurer que votre message sera lu de façon correcte par tous les internautes, nous vous conseillons d'envoyer à chaque internaute au format que ce dernier peut ou souhaite utiliser.

TEST DE PERCEPTION

Afin d'avoir un retour sur la perception de votre message par l'internaute, il est préférable d'envoyer des mails test à un panel d'internautes afin de recueillir leur avis sur :

- la compréhension du message.
- le design du message.
- la force de la promotion.

ROUTAGE

- Gérer la campagne d'envoi en interne avec un logiciel que vous aurez acheté (ex : sarbacane).
- Donner la gestion de la campagne à un prestataire de services externe à votre entreprise.