

Documentation de base Option communication

Gestion Commerciale 2022

SOMMAIRE

1. OBJECTIF	4
2. L'OPTION COMMUNICATION DANS LA GESTION COMMERCIALE	4
3. GESTION DES MODELES D'EMAILS	6
4. OUTIL DE CREATION DE L'EMAIL	7
4.1 Ajouter/Supprimer un élément (Structure ou Contenu)	8
4.2 Les pièces jointes	10
4.2.1 Pour les pièces jointes inférieures à 500Ko	10
4.2.2 Pour les pièces jointes supérieures à 500Ko.....	10
4.3 Contenu Titre.....	14
4.4 Contenu Image	16
4.5 Contenu Bouton	18
4.6 Contenu Séparation.....	19
4.7 Contenu Réseaux Sociaux.....	20
4.8 Contenu Vidéo	21
4.9 Contenu Icônes.....	22
4.10Contenu Texte	23
4.11Contenu Stickers et Gifs.....	27
4.12Visualisation de l'aperçu.....	28
4.13Sauvegarder la création du corps de mail	28
5. CREATION D'UNE NOUVELLE CAMPAGNE	29
5.1 Informations obligatoires	29
5.2 Création de la campagne	29
6. CHOISIR LES DESTINATAIRES	30
7. VALIDATION DES INFORMATIONS	31
8. SELECTION DES DOCUMENTS	32
9. INSERER UNE PIECE JOINTE	34
10. SPAM SCORE	34
10.1Spam Assassin.....	36
10.2Vous êtes parfaitement authentifié	36
10.3Message sain et bien formaté	36
10.3.1 Toutes vos images ont un attribut alt	37
10.3.2 Votre contenu est sûr	37
10.3.3 Nous n'avons pas trouvé d'URLs raccourcies	37
10.3.4 Votre message contient un en-tête List-Unsubscribe.....	37
10.4Votre serveur n'est pas blacklisté.....	37

13.85.

10.5 Nous n'avons trouvé aucun lien brisé	38
11. PREVISUALISER	38
12. B.A.T. (BON A TIRER).....	40
13. ENVOI ET PLANIFICATION D'ENVOI	40
13.1 Envoi	40
13.2 Planification d'envoi	40
14. STATISTIQUES	41
14.1 Statistiques globales	41
14.2 Statistiques d'une action précise	42
14.2.1 Détails de l'opération	42
14.2.2 Détails de transmission	42
14.2.3 Détails de l'activité	42
14.2.4 Détails des liens	43
15. DESABONNEMENT	43

1. OBJECTIF

Les utilisateurs de Gestion Commerciale ont de plus en plus besoin de communiquer rapidement et en masse avec leurs clients, prospects et fournisseurs, par exemple pour :

- Envoi de la nouvelle grille tarifaire
- Invitation à un salon ou une journée portes ouvertes
- Sortie d'un nouveau produit

L'email est l'outil idéal pour ce type de communication mais les fournisseurs d'accès (Orange, Google, Windows mail, etc.) s'assurent que ces envois en masse ne soient pas malveillants (Spams, virus). Si l'émetteur n'est pas référencé, les emails sont le plus souvent bloqués et ne parviennent pas aux destinataires.

Il faut également que la mise en forme soit attractive et que l'email soit lisible sur tous les supports : PC, tablette, smartphone.

Enfin, l'utilisateur doit pouvoir suivre les statistiques de ses campagnes d'emails afin de s'assurer de la pertinence de ses messages.

L'option « Campagne de communication » garantit la délivrabilité* des emails, une présentation soignée et personnalisée sur tous les supports et un retour statistique pour chaque campagne.

* : *la capacité des e-mails marketing à parvenir dans de bonnes conditions dans la boîte de réception des messageries électroniques des destinataires.*

2. L'OPTION COMMUNICATION DANS LA GESTION COMMERCIALE



Pour accéder à l'option communication, rendez-vous dans l'onglet **Ventes / Gestion Relation Clients / Campagne de Communication**.

La page « Liste des campagnes » propose plusieurs éléments :

- 1 Impression de la liste des campagnes d'emailing
 Exporter vers le presse-papier pour copier-coller la liste des campagnes d'emailing, ou vers Excel
 Actualiser les informations des campagnes d'emailing
 Accès aux statistiques globales des e-mailing réalisés
 Gérer (Créer / Modifier / Supprimer) les modèles d'emailing utilisés
- 2 Filtre de recherche des campagnes d'e-mailing réalisés par :
 - Entreprise
 - Nom de campagne
 - Date de création
 - Action commerciale associée
- 3 Tableau des emailing réalisés :
 Création / Duplication d'une campagne
 (Duplication d'une campagne reprendra le nom de la campagne ainsi que la sélection des destinataires)

13.85.

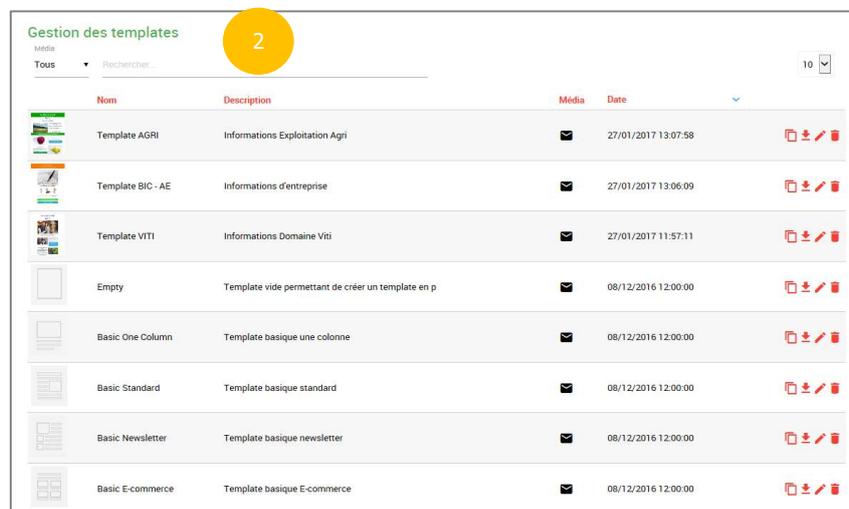
Gestion Commerciale 2022

3. GESTION DES MODELES D'EMAILS

Pour faciliter le travail de création d'email, il est possible de paramétrer des formes préenregistrées. Sélectionnez **Gérer** depuis le menu **liste des campagnes** dans la Gestion Commerciale



ÉTAPE 1 : l'ouverture d'un portail web amène l'utilisateur à visualiser toutes les formes préenregistrées de corps d'email



ÉTAPE 2 : afin de créer une nouvelle forme d'email, il est possible de dupliquer une forme existante, proposée par l'outil



- ✓ Le premier bouton permet de dupliquer une forme.
- ✓ Le deuxième bouton permet de télécharger la forme d'email au format html.
- ✓ Le troisième bouton permet de modifier la forme sélectionnée via l'outil de création de corps de mail.
- ✓ Le quatrième bouton permet de supprimer la forme sélectionnée.

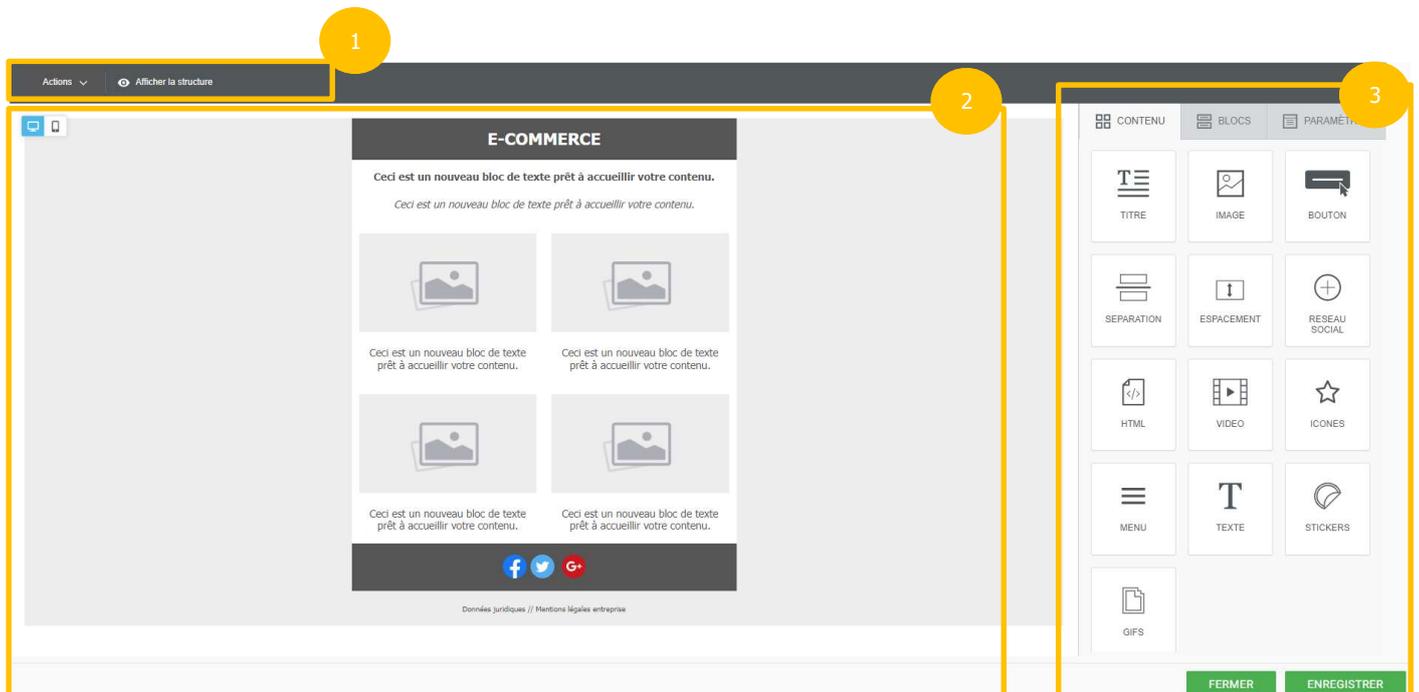
13.85.

Gestion Commerciale 2022

4. OUTIL DE CREATION DE L'EMAIL

Après la sélection de votre template, ou si vous avez choisi « Outils de conception », vous pouvez modifier/créer votre corps de mail.

L'outil de création d'email s'organise de la manière suivante :



1 Volet de visualisation de l'aperçu (Action)
Affichage de la structure de l'email (grille pour différenciation des éléments de l'e-mail)

2 Partie création de l'email pour la sélection des éléments de l'email (Ajouter / Modifier / Supprimer)

3 Volet de contenu à ajouter ou à paramétrer :

- Ajout de structure et contenu de l'email en cliquer/déposer
- Paramétrage des contenus de l'email (lien URL, bordure ...)
- Paramétrage du « Corps » de l'email en général (largeur de l'email, couleur d'arrière-plan, police par défaut)

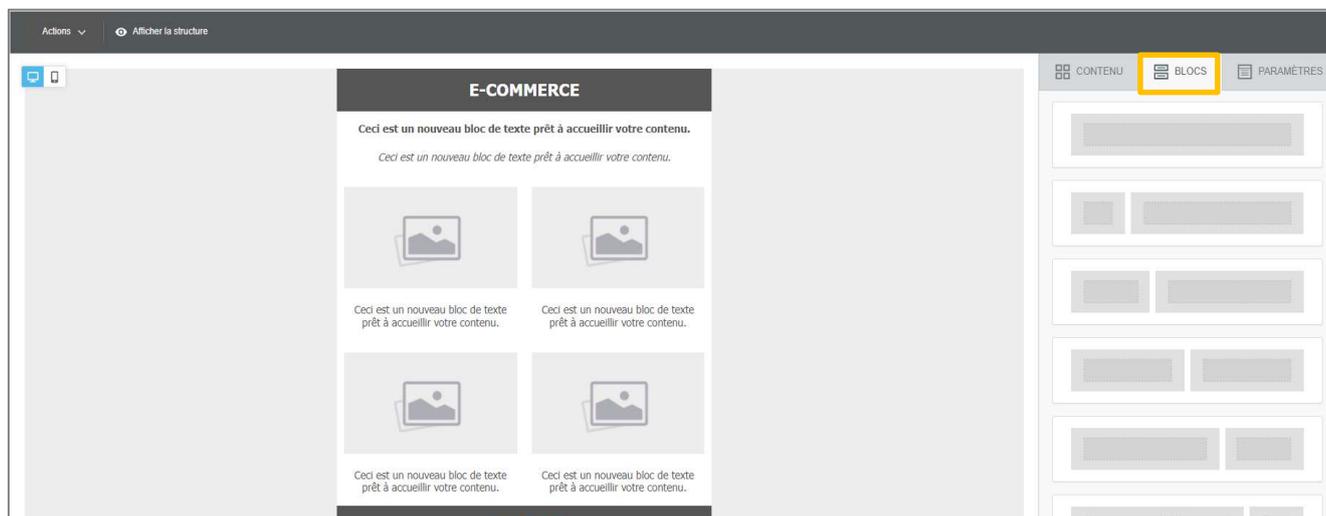
13.85.

Gestion Commerciale 2022

4.1 Ajouter/Supprimer un élément (Structure ou Contenu)

L'ajout d'éléments se réalise depuis le volet de contenu à droite (3) pour sa sélection.

Pour l'ajout d'une structure, sélectionner l'onglet **Blocs**, et sélectionner s'il doit être sur une seule colonne ou plusieurs suivant les cas proposés. Cliquer sur la structure choisie et glisser sur le corps de l'email, à l'emplacement souhaité.

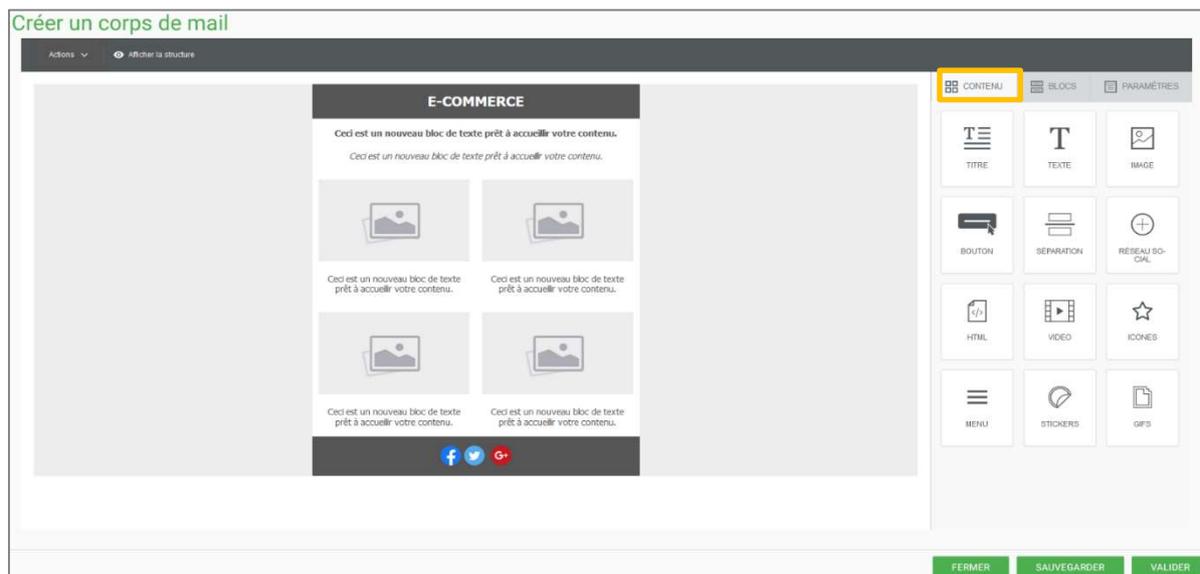


Il est possible de rajouter une colonne, d'en supprimer une ou d'ajuster la largeur.



13.85.

Pour l'ajout d'un contenu, même pratique en partant de l'onglet **Contenu**.



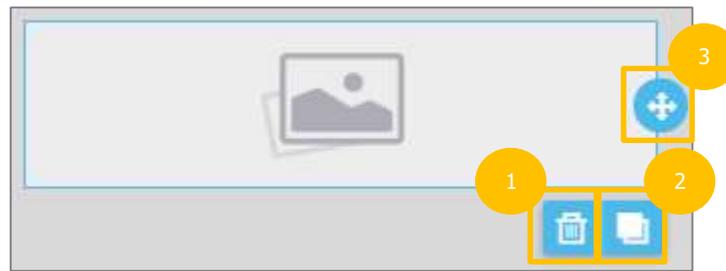
Différents types de contenu sont proposés :

Type de contenu	Description
Titre	Ajout de titre paramétrable
Texte	Zone de texte paramétrable
Image	Zone d'image à sélectionner depuis la bibliothèque
Bouton	Zone impliquant une action pour le destinataire de l'email (lien vers réseau sociaux, site Internet, appel téléphonique, sms, email, ajout de pièce jointe)
Séparation	Insertion d'une ligne (continue / points / tirets) pour indiquer la séparation d'élément dans le corps de l'email
Réseau social	Insertion d'icônes réseaux sociaux, paramétrable pour lien rapide pour le destinataire de l'email
HTML	Bloc d'insertion de contenu HTML (utilisateur confirmé) dans le corps de l'e-mail
Vidéo	Insertion d'une URL de vidéo
Icônes	Insérer une icône personnalisable
Menu	Insertion d'un menu
Stickers	Insertion de stickers
Gifs	Insertion de gif personnalisable

13.85.

Gestion Commerciale 2022

La suppression/duplication et déplacement d'élément se réalise en sélectionnant un contenu depuis le corps de l'e-mail (2)



- 1 Suppression du contenu
- 2 Dupliquer le contenu (se positionne en dessous du contenu sélectionné)
- 3 Déplacer le contenu dans le corps de l'email (Maintenir le clic sur la croix, puis déplacer à l'endroit souhaité)

4.2 Les pièces jointes

Il faut savoir qu'ajouter de manière classique une pièce jointe supérieure à 500Ko engendre souvent un emailing considéré comme Spam. Voici comment ajouter une pièce jointe selon son poids.

4.2.1 Pour les pièces jointes inférieures à 500Ko

Vous pouvez l'ajouter via « Pièces attachées » dans la campagne d'emailing.



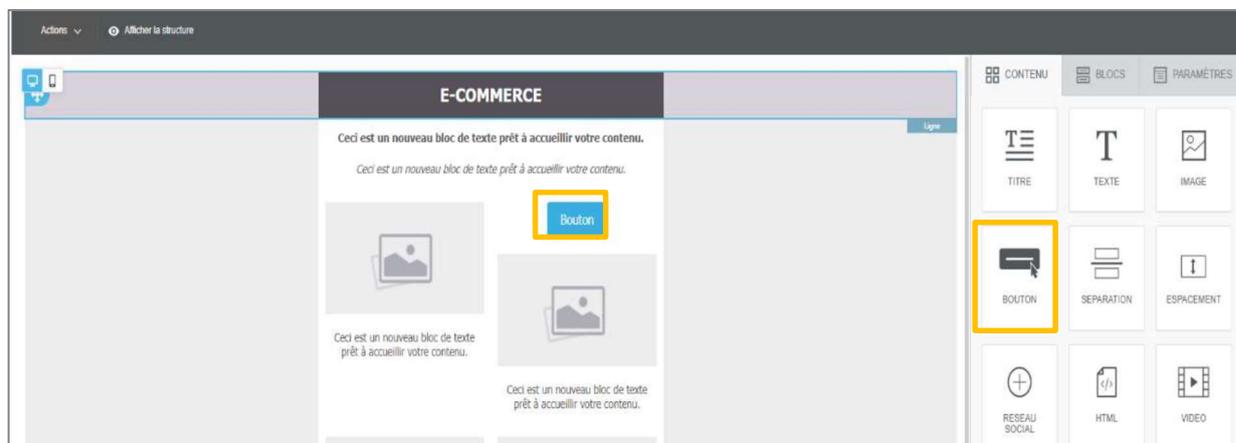
4.2.2 Pour les pièces jointes supérieures à 500Ko

Il existe 2 possibilités, le bouton ou le lien hypertexte, pour joindre une pièce jointe supérieure à 500Ko sans que votre emailing ne soit considéré comme spam.

13.85.

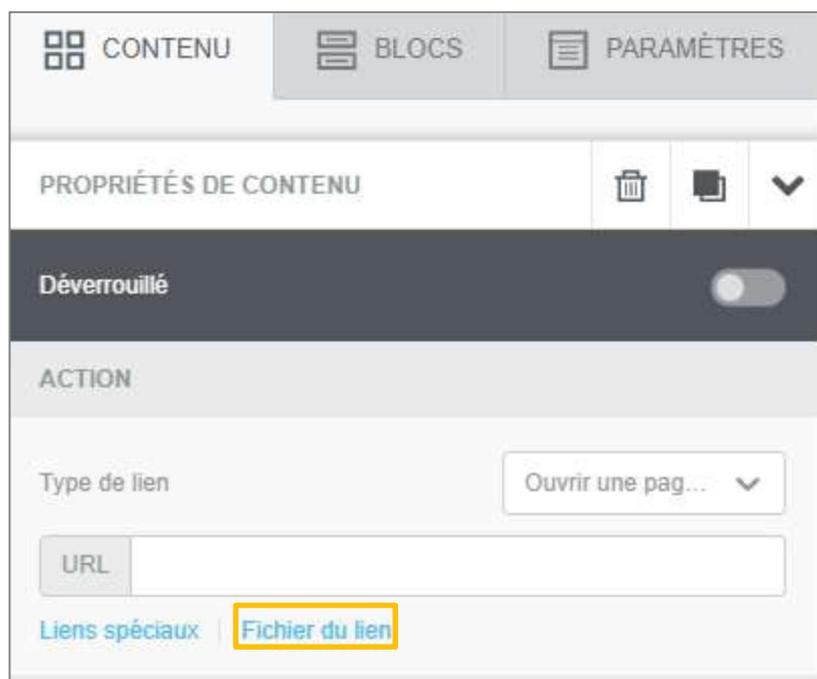
Le bouton :

Il faut sélectionner le contenu « Bouton » et l'insérer dans votre template.



Dans la partie de droite, il est possible de mener une action afin qu'en cliquant sur le bouton, la pièce jointe se télécharge ensuite.

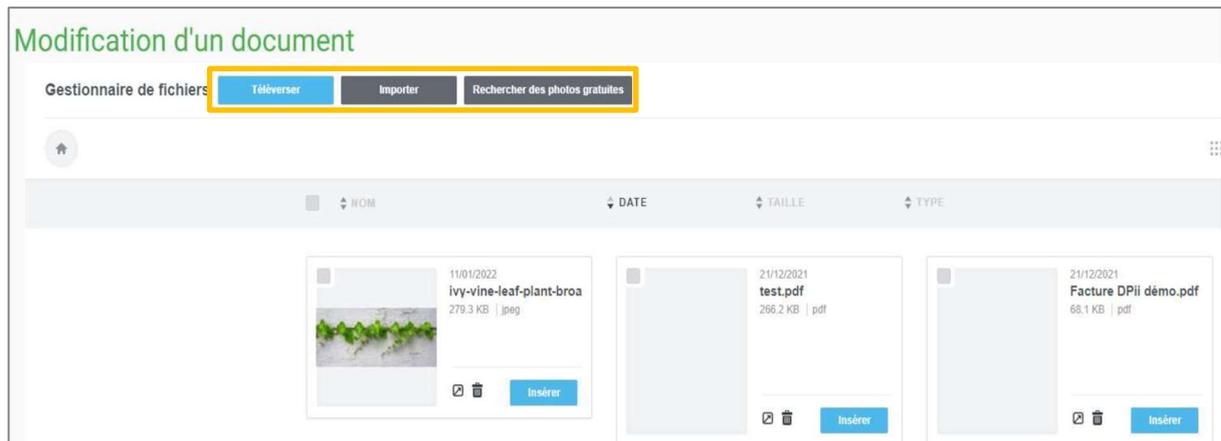
En sélectionnant fichier du lien, on peut rechercher dans la bibliothèque le document ou l'image à joindre.



Dans la bibliothèque, il sera possible de :

- « Téléverser » permet de télécharger des images ou documents depuis son ordinateur.
- « Importer » depuis un support en ligne (Facebook, Gmail, Dropbox, etc.).
- « Rechercher des photos gratuites » depuis une bibliothèque d'images libres de droit.

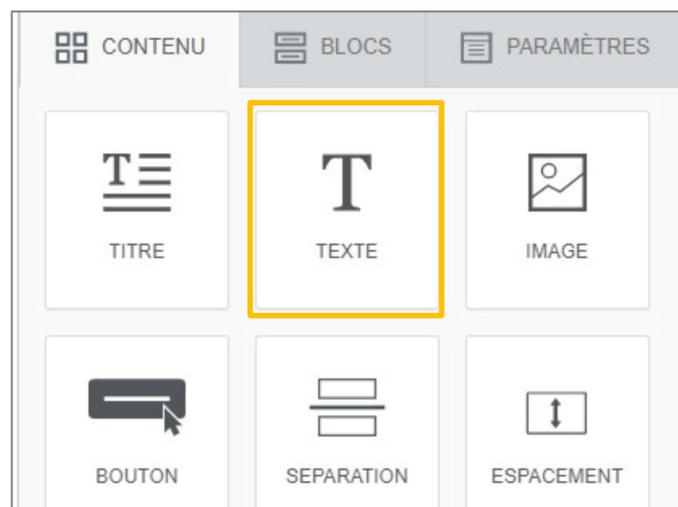
13.85.



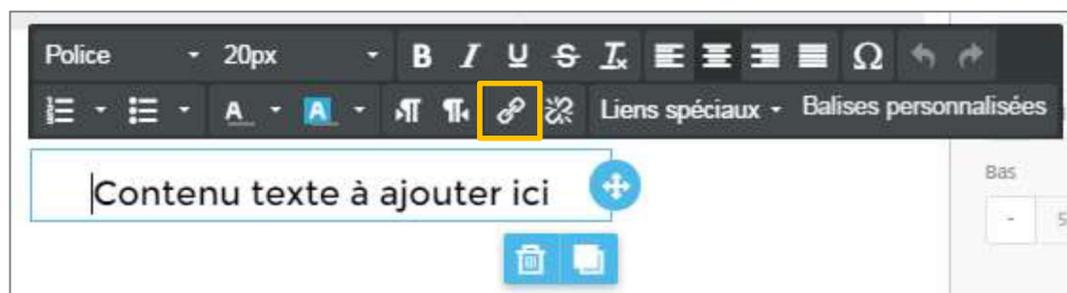
Le texte :

Il permet d'insérer dans un texte un lien qui renvoie vers la pièce jointe.

Pour cela, ajouter un contenu « Texte ».

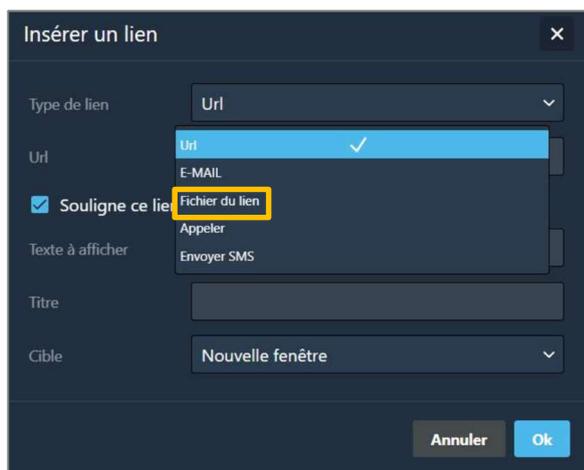


Dans le bandeau d'action de la zone texte, il faudra cliquer sur « Créer un lien ».



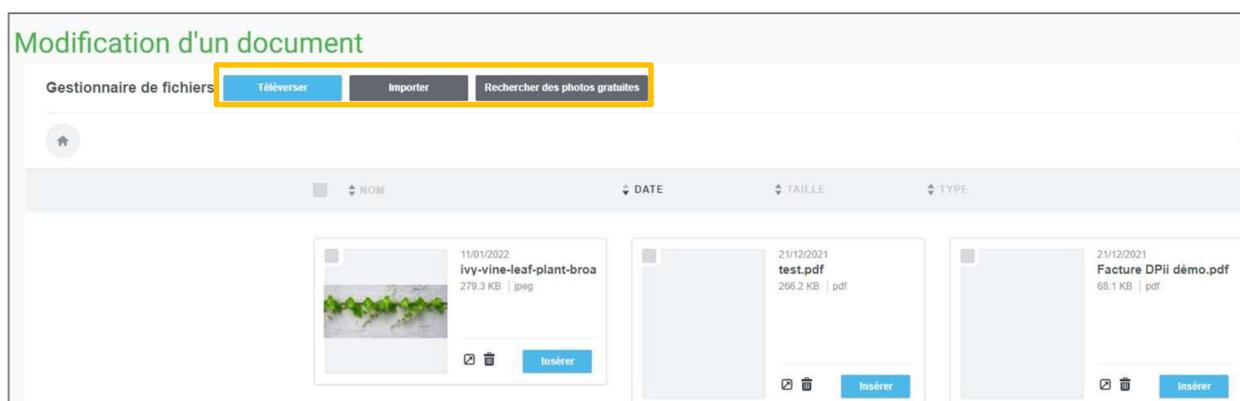
13.85.

Pour cela, il faudra choisir « Fichier du lien » afin d'aller chercher dans la bibliothèque le document à mettre en pièce jointe.



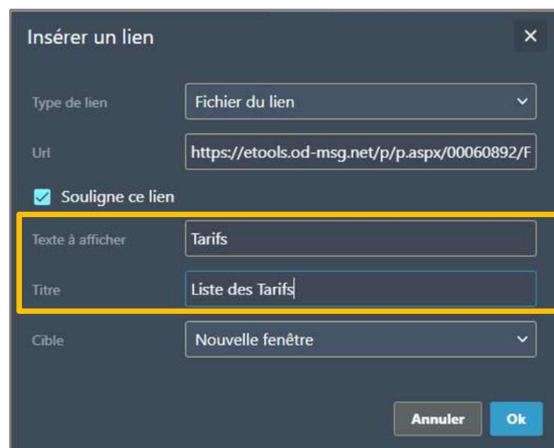
Il sera possible de :

- « Téléverser » permet de télécharger des images ou documents depuis son ordinateur.
- « Importer » depuis un support en ligne (Facebook, Gmail, Dropbox, etc.).
- « Rechercher des photos gratuites » depuis une bibliothèque d'images libres de droit.



Une fois la pièce jointe sélectionnée, il faut renseigner :

- Le texte à afficher : il correspond à ce qui apparaît dans la zone de texte ensuite.
- Le titre : il correspond au nom de la pièce jointe.



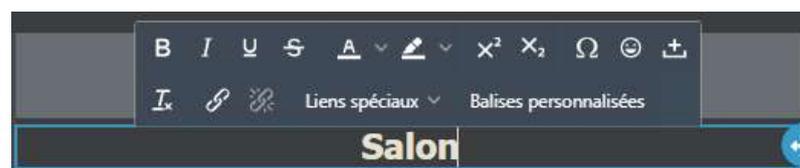
Une fois la fenêtre validée, le lien renvoyant vers la pièce jointe apparaîtra en bleu souligné dans la zone de texte.



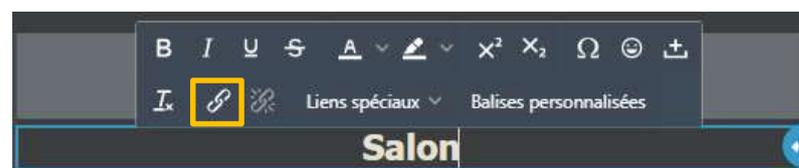
En cliquant dessus, la pièce jointe va se télécharger.

4.3 Contenu Titre

Le contenu « Titre » permet l'insertion d'un titre afin de créer une zone « d'accroche » au template.

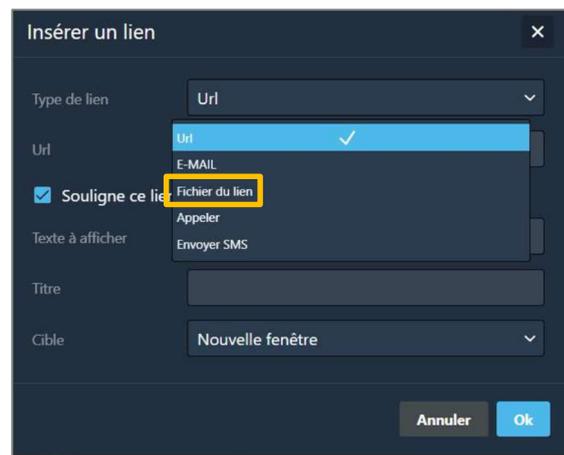


Un titre peut également envoyer vers une un téléchargement d'une pièce jointe. Dans le bandeau d'action de la zone texte, il faudra cliquer sur « Créer un lien ».



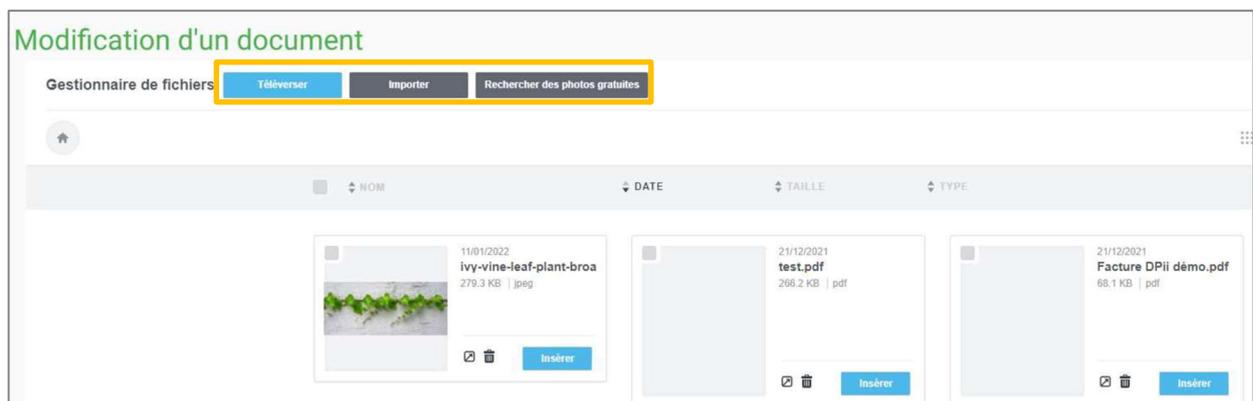
Pour cela, il faudra choisir « Fichier du lien » afin d'aller chercher dans la bibliothèque le document à mettre en pièce jointe

13.85.



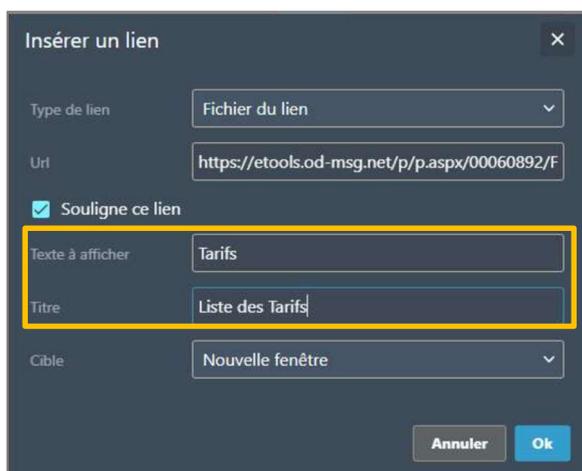
Il sera possible de :

- « Téléverser » permet de télécharger des images ou documents depuis son ordinateur.
- « Importer » depuis un support en ligne (Facebook, Gmail, Dropbox, etc.).
- « Rechercher des photos gratuites » depuis une bibliothèque d'images libres de droit.



Une fois la pièce jointe sélectionnée, il faut renseigner :

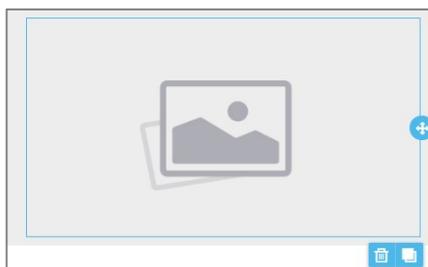
- Le texte à afficher : il correspond à ce qui apparaît dans la zone de texte ensuite.
- Le titre : il correspond au nom de la pièce jointe.



Une fois la fenêtre validée, le lien renvoyant vers la pièce jointe apparaîtra en bleu souligné dans la zone de texte.

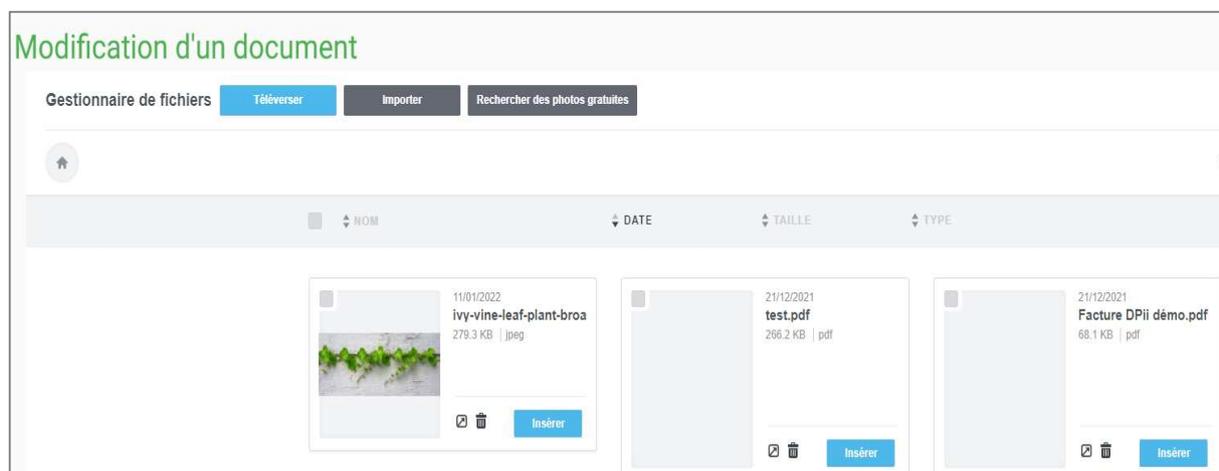
4.4 Contenu Image

Le contenu « Image » permet l'insertion d'images dans le corps de l'e-mail.



A partir de la sélection du contenu, sélectionner « Modifier Image » pour accéder à la bibliothèque d'images de l'outil, à partir de laquelle il sera possible de :

- « Téléverser » des images depuis son ordinateur.
- « Importer » des images depuis un support en ligne (Facebook, Gmail, Dropbox, etc.).
- « Rechercher des photos gratuites » depuis une bibliothèque d'images libres de droit.



13.85.

Une fois l'image importée dans la bibliothèque, il est possible de :

- Visualiser l'image en cliquant sur l'icône de l'image.
- Supprimer l'image.
- Insérer afin d'importer l'image dans le corps de l'email.



Il faudra renseigner le « nom » de l'image dans la partie de droite « Texte alternatif ».

Le texte alternatif permet d'identifier l'image. Cette information est importante afin d'éviter que le mail ne soit détecté comme Spam lors de l'envoi au destinataire.



Il est important d'avoir un ratio de 50/50 au minimum pour les images et le texte.

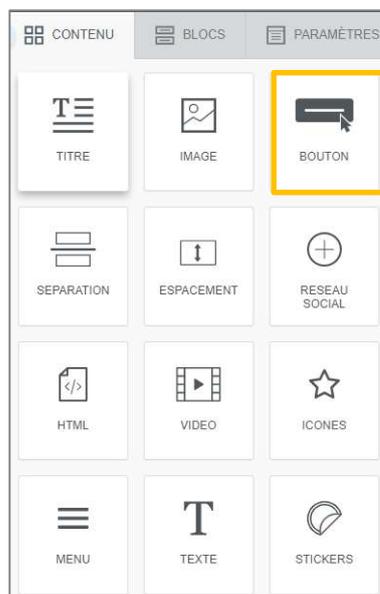
Plus le ratio pour les images est supérieur au texte, plus il y aura de chance que le mail arrive dans les spams du destinataire.

Les images (.jpg, .png ou .gif) doivent être utilisées avec parcimonie afin d'illustrer/compléter le texte. Les images sont souvent bloquées par défaut par les clients de messageries pour des raisons de sécurité.

13.85.

4.5 Contenu Bouton

Le contenu « Bouton » permet de fournir une interaction aux destinataires de l'email.



Pour l'insérer, il suffira de le sélectionner dans la partie de droite et de le faire glisser à l'emplacement souhaité.

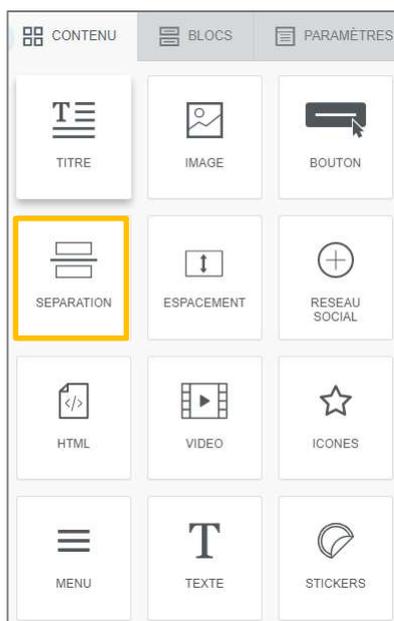


Il est possible de donner une action derrière le clic sur le bouton, qui peut être l'un des suivants :

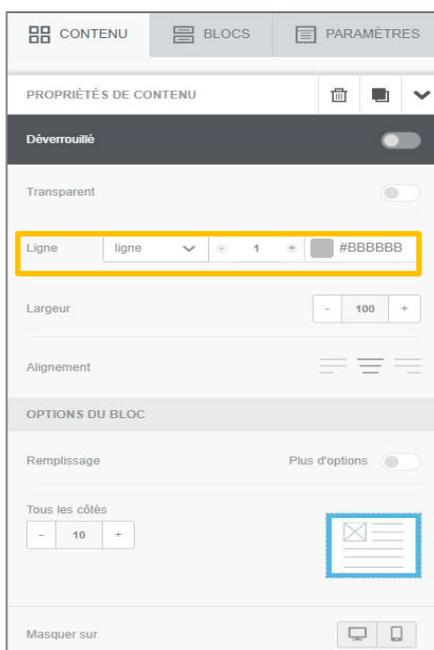
- « Ouvrir une page web », en intégrant le lien web. (Info : Toujours indiquer « http:// » ou « https:// » avant www.).
- « Envoyer un email », en intégrant le message type de réponse.
- « Appeler », en intégrant le numéro de téléphone.
- « Envoyer SMS », en intégrant le numéro de téléphone.
- « Ajouter une pièce jointe », en sélectionnant fichier du lien afin d'aller rechercher dans la bibliothèque le document ou l'image à joindre (cf 4.10 Contenu texte).

4.6 Contenu Séparation

Le contenu « Séparation » permet d'insérer une zone qui représente un trait afin d'aérer votre template.



Dans la partie « Contenu », il est possible de changer la couleur, l'épaisseur du trait, de le mettre en pointillé, etc.

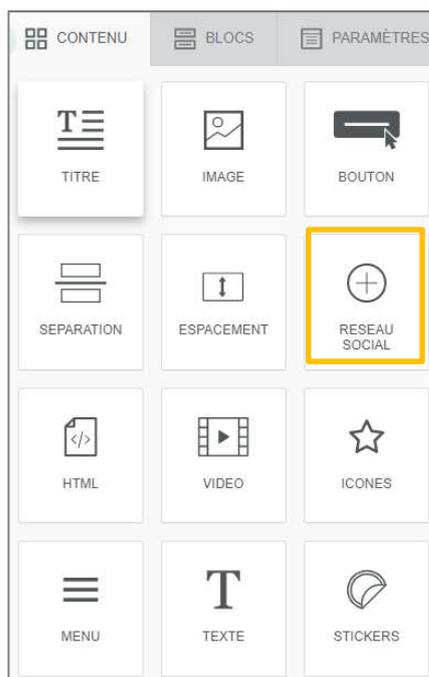


13.85.

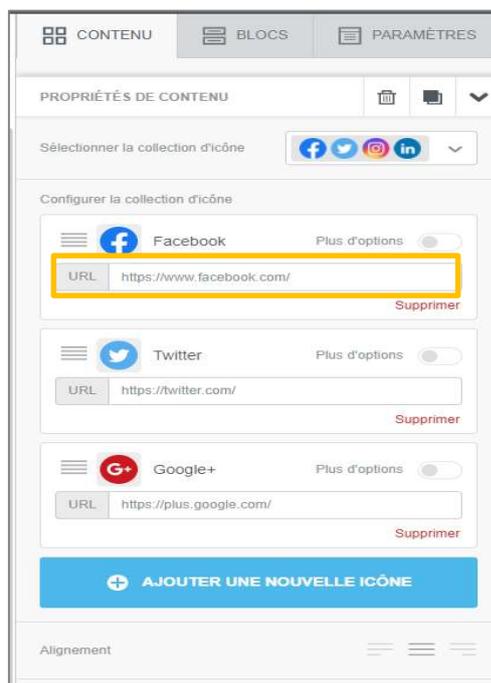
Gestion Commerciale 2022

4.7 Contenu Réseaux Sociaux

Le contenu « Réseaux Sociaux » permet de fournir une interaction aux destinataires de l'email.



Il est possible de paramétrer un lien pour vos réseaux sociaux, parmi une liste fournie (voir « Ajouter une nouvelle icône »).

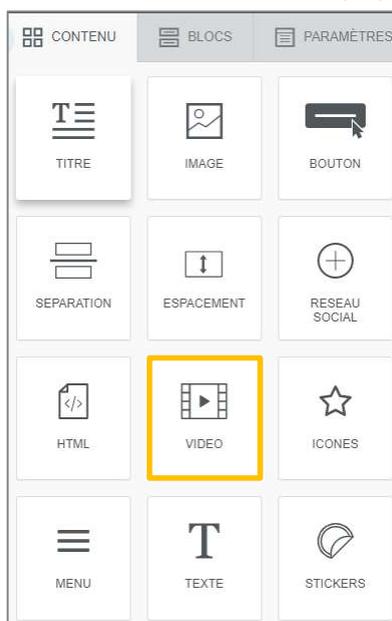


Dans l'URL, il faudra copier / coller l'adresse web une fois connecté sur le réseau (c'est l'adresse qui se trouve dans le navigateur internet).

13.85.

4.8 Contenu Vidéo

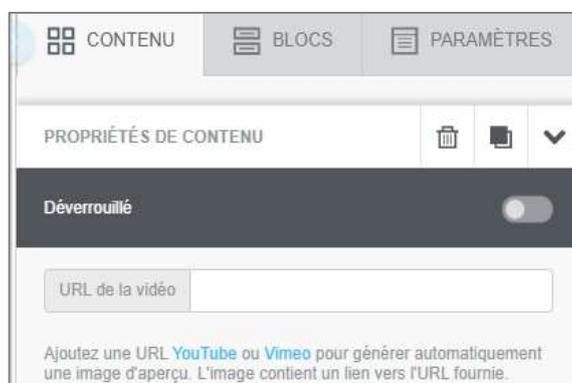
Le contenu « Vidéo » permet d'insérer une URL d'une vidéo qui pourra être lancée depuis le corps du mail.



Cela peut servir notamment pour insérer une petite vidéo de l'entreprise par exemple.



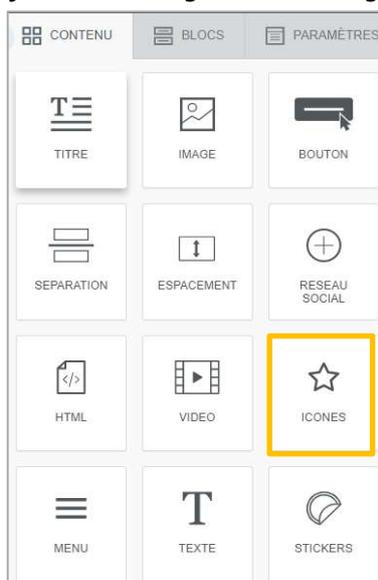
Il est possible de copier / coller le lien ou d'utiliser les raccourcis disponibles. En utilisant YouTube, cela permet d'avoir une image de la vidéo sinon la vignette restera grise.



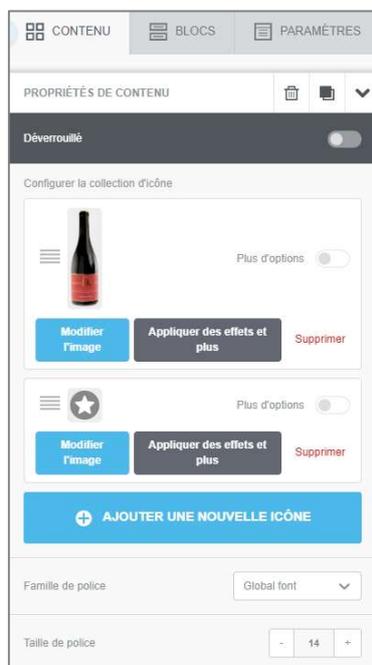
13.85.

4.9 Contenu Icônes

Le contenu « Icônes » permet d'ajouter une image en format vignette.



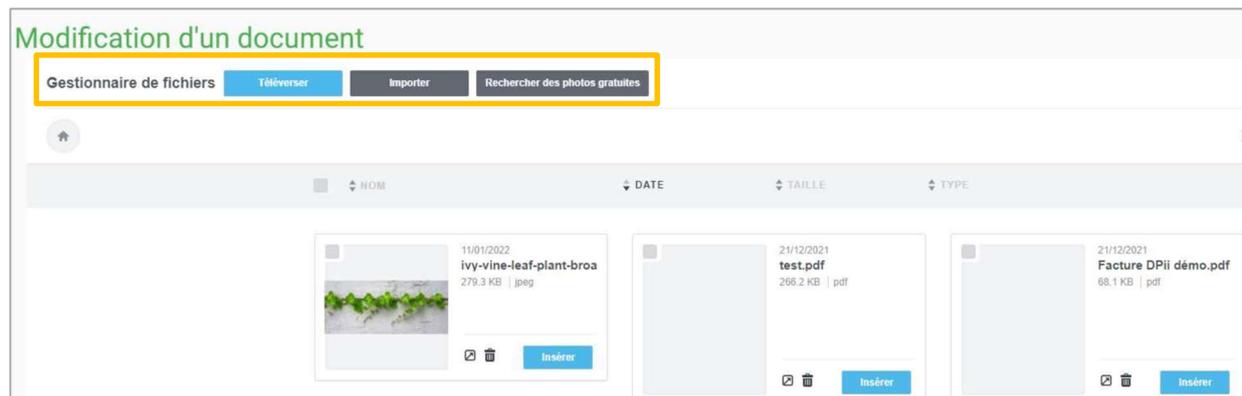
Sur la partie droite, il y aura des actions possibles comme la police et la possibilité d'ajouter d'autres icônes.



Il sera possible de :

- « Téléverser » permet de télécharger des images ou documents depuis son ordinateur.
- « Importer » depuis un support en ligne (Facebook, Gmail, Dropbox, etc.).

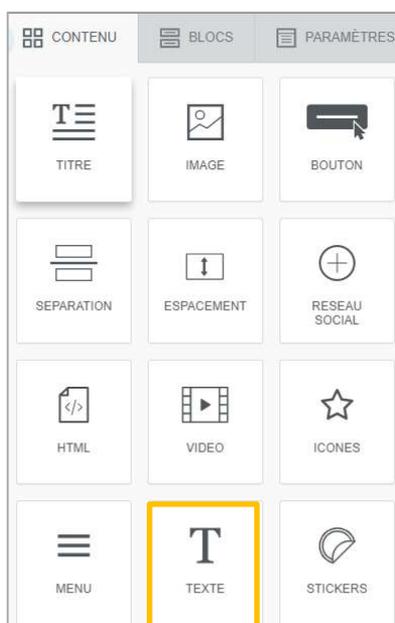
- « Rechercher des photos gratuites » depuis une bibliothèque d'images libres de droit.



4.10 Contenu Texte

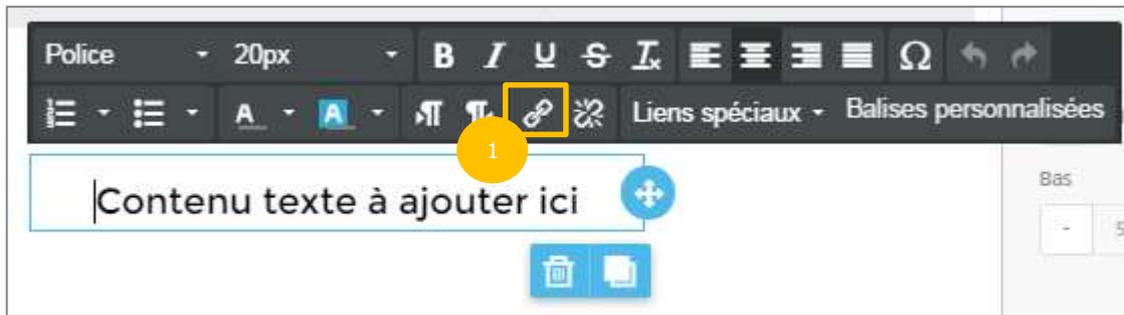
Le contenu « Texte » permet l'insertion de texte comme dans Word. Au-delà de la mise en page classique, il est possible de le personnaliser avec des balises ou des liens renvoyant vers des pièces jointes.

A partir de l'onglet **Contenu**, sélectionner le « texte » puis le faire glisser dans le corps du template.

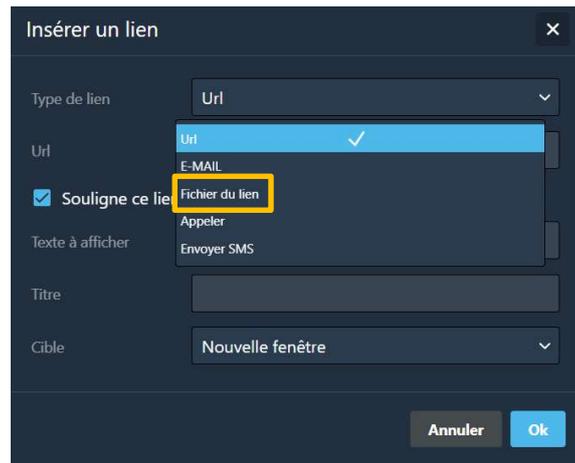


Une fenêtre pop-up va s'afficher avec des actions de traitement de texte comme la taille de la police, la justification, etc.

Il sera possible d'insérer des « Balises personnalisées » et des « liens » afin d'insérer une pièce jointe ou un lien vers un site internet.

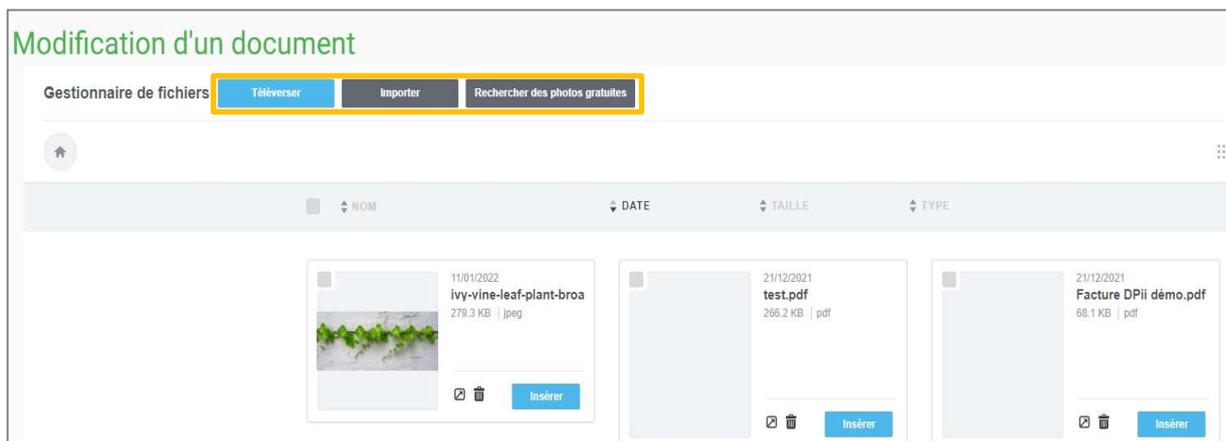


1 « Insérer / modifier un lien » : Il est possible de créer un lien afin d'insérer une pièce jointe par ce principe.



Il sera possible de :

- « Téléverser » des images ou documents depuis son ordinateur.
- « Importer » depuis un support en ligne (Facebook, Gmail, Dropbox, etc.).
- « Rechercher des photos gratuites » depuis une bibliothèque d'images libres de droit.

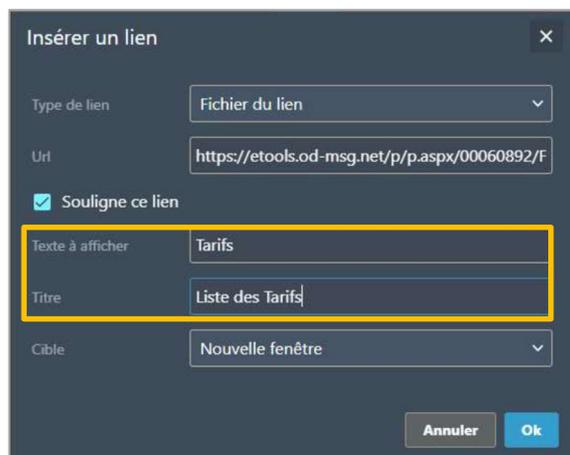


13.85.

Gestion Commerciale 2022

Une fois la pièce jointe sélectionnée, il faut renseigner :

- Le texte à afficher : il correspond à ce qui apparaît dans la zone de texte ensuite.
- Le titre : il correspond au nom de la pièce jointe.



Une fois la fenêtre validée, le lien renvoyant vers la pièce jointe apparaîtra en bleu souligné dans la zone de texte.



En cliquant dessus, la pièce jointe va se télécharger.

13.85.



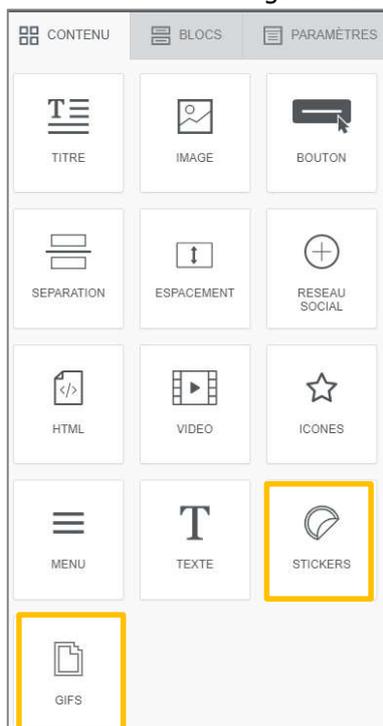
2 Il est possible d'intégrer des balises personnalisées, permettant la personnalisation de l'email pour chacun des destinataires, avec les champs suivants :

Balises	Champs générés
`BCF1	Adresse E-mail du client destinataire
`BCF2	Code client du destinataire
`BCF3	Titre du destinataire
`BCF4	Nom du destinataire
`BCF5	Prénom du destinataire (ne s'affiche pas pour une entreprise individuelle)
`BCF6	Nom commercial du destinataire (s'affiche pour une entreprise individuelle)
`BCF7	Ligne 1 de l'adresse du destinataire
`BCF8	Ligne 2 de l'adresse du destinataire
`BCF9	Ligne 3 de l'adresse du destinataire
`BCF10	Ligne 4 de l'adresse du destinataire
`BCF11	Ligne 5 de l'adresse du destinataire
`BCF12	Code postal du destinataire
`BCF13	Ville du destinataire
`BCF14	Pays du destinataire
`BCF15	Titre du responsable de facturation (si un contact est désigné comme tel)
`BCF16	Nom du responsable de facturation (si un contact est désigné comme tel)
`BCF17	Prénom du responsable de facturation (si un contact est désigné comme tel)
`BCF18	Titre du responsable de livraison (si un contact est désigné comme tel)
`BCF19	Nom du responsable de livraison (si un contact est désigné comme tel)
`BCF20	Prénom du responsable de livraison (si un contact est désigné comme tel)

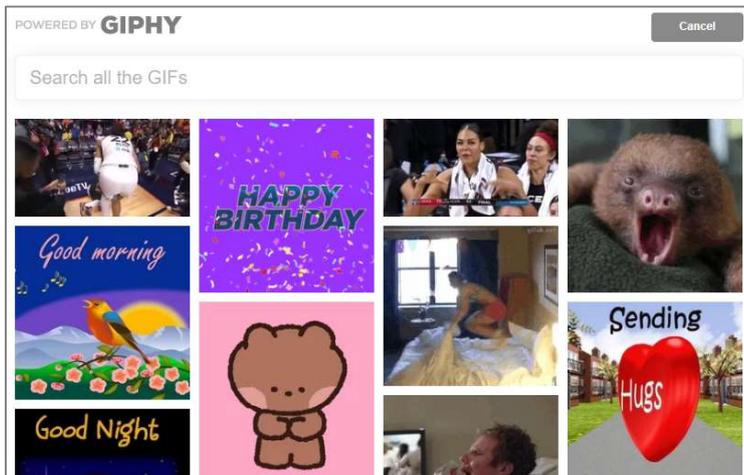
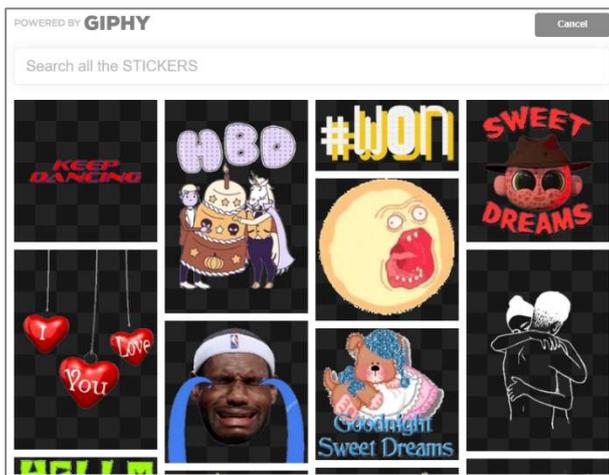
13.85.

4.11 Contenu Stickers et Gifs

Ces contenus permettent d'ajouter des stickers ou des gifs dans le template.



C'est une liste prédéfinie sans possibilité d'en ajouter.



13.85.

4.12 Visualisation de l'aperçu

ÉTAPE 1 : sélectionner « Actions » depuis la vue corps de l'e-mail



ÉTAPE 2 : sélectionner « Bureau » ou « Téléphone portable » pour visualiser les rendus (Adaptation Responsive de l'email).



i Lors de la visualisation en aperçu, il est possible de tester les différents liens des pièces jointes ou des sites internet vers lesquels il renvoie.

4.13 Sauvegarder la création du corps de mail

Une fois le corps de l'e-mail construit, le bouton « Sauvegarder » permet de valider la construction de l'e-mail.



! Le bouton « Annuler » supprimera le travail de création du corps de l'e-mail.

i La sauvegarde de la création n'est pas définitive, il est possible de modifier la création si modification nécessaire, avant envoi.

5. CREATION D'UNE NOUVELLE CAMPAGNE

5.1 Informations obligatoires

Des données obligatoires liées à l'entreprise sont à fournir pour créer la première campagne.

Les champs nécessaires sont :

- Dénomination / Nom
- Email
- Téléphone fixe
- Ville
- Pays
- Adresse
- Code postal

Tant que l'utilisateur n'aura pas renseigné tous ces champs, il y a un message bloquant à l'ouverture de la liste des campagnes. Ce message précise les informations manquantes à compléter dans la fiche de l'entreprise concernée (Menu **Paramètres \ Entreprises**).

5.2 Création de la campagne

ÉTAPE 1 : depuis la page de Liste de campagne, cliquer sur « Créer une campagne »

The screenshot shows a three-step process for creating a campaign. Step 1, 'Créer la campagne', is highlighted. A yellow circle with the number '2' is placed over the 'Entreprise' dropdown menu. The form contains the following fields and values:

- Entreprise ***: VIGNE
- Email de l'émetteur ***: vigne@vigne.fr
- Nom de l'émetteur ***: Démonstration Isavigne
- E-mail de réponse ***: vigne@vigne.fr
- Nom de la campagne créée ***: Campagne du 26/10/2022 16:05:16
- Canal d'envoi**: E-Mail
- Destinataires restants**: 1940

ÉTAPE 2 : dans l'onglet **1. Créer la campagne**, renseigner les paramètres de l'e-mailing :

- Email de l'émetteur : adresse email de l'expéditeur qui apparaîtra à la réception de l'email.
- Nom de l'émetteur : le nom qui apparaîtra comme expéditeur de l'email.
- Email de réponse : Adresse email de réponse si le destinataire souhaite répondre à l'email.
- Nom de la campagne créée : Possible de le personnaliser.
- Canal d'envoi : Compteur des emails restants à consommer.

i Ces champs sont à renseigner une première fois puis les paramètres type « Email de l'émetteur » seront sauvegardés pour les fois suivantes.

Pour s'assurer du retour d'information de l'emailing dans les « relations clients » d'une fiche client par exemple, les coches suivantes sont disponibles (**uniquement avec le module GRC**) :

<p>Générer une relation client/fournisseur</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> pour chaque destinataire de la campagne</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> pour chaque destinataire ayant ouvert le message</p>	<p>Indiquer l'action commerciale associée à la campagne</p> <p>Salon de Paris </p>
--	--

Une fois les informations remplies, on peut sauvegarder la campagne en cours de création, et ainsi la reprendre plus tard, ou simplement passer à l'étape suivante.

6. CHOISIR LES DESTINATAIRES

Cette deuxième étape vous permet de sélectionner les destinataires avec la fonctionnalité **Travaux sur les clients**.

1. Créer la campagne → 2. Choisir les destinataires → 3. Créer le message et réaliser l'envoi

Filtres

Filtre  Sauvegarder le filtre

Standards | Sur les ventes | Sur la GRC | Sur les relations | Personnalisés

Code(s) client(s) <input type="text"/>	Dépôt(s) <input type="text"/>	<p>Email</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Afficher les clients ayant un email</p> <p><input type="checkbox"/> Afficher les clients n'ayant pas d'email</p> <p>Visibilité</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Afficher les clients visibles</p> <p><input type="checkbox"/> Afficher les clients non visibles</p>
Famille(s) <input type="text"/>	Parrain(s) <input type="text"/>	
Département(s) ou codes postaux <input type="text" value="Ex:44000;75002;33"/>	C.E <input type="text"/>	
Pays <input type="text"/>	Transporteur(s) <input type="text"/>	
Catégorie(s) tarifaire(s) <input type="text"/>	Représentant(s) <input type="text"/>	

Il est possible de sélectionner les destinataires sur :

- Les informations standards du client (Code client, département, C.E, etc.).
- Les ventes (sur les documents, articles, montant de CA, etc.).
- La GRC (foire, salon, profil commercial (prospect, client), etc.).
- Les relations (sujet, date de relation, action commerciale).
- Les données personnalisées, référençant les zones libres paramétrées par le client.

Pour chaque filtre construit, il est possible de les sauvegarder pour réaliser facilement des actions pour les campagnes suivantes. (ex : relance régulière meilleurs clients pour Journée Dégustation Produits – Tarifs spécifiques...)

La validation de l'étape de sélection, « Etape suite » est marquée par un message récapitulatif de l'action afin de valider la création et la sélection des destinataires.

Récapitulatif des informations de la campagne

Nom de la campagne : Campagne du 26/10/2022 16:05:16

Nom de l'émetteur : Démonstration Isavigne

Email de l'émetteur : vigne@vigne.fr

Nombre de destinataires (contacts inclus) : 13

En cliquant sur le bouton OK, vous accéderez à la création du message et aux paramètres d'envoi de la campagne via un explorateur Web. Les étapes de création de campagne et de sélection des destinataires ne seront plus accessibles.

La validation « OK » génère l'ouverture du navigateur Internet par défaut, et permet d'accéder au portail web pour la création de l'email et son envoi.

7. VALIDATION DES INFORMATIONS

La première partie **1. Paramètres d'envoi** de cette troisième étape de l'emailing consiste à valider rapidement les informations saisies depuis la Gestion Commerciale, sans modification possible.

1. PARAMÈTRES D'ENVOI
2. SÉLECTION DES DESTINATAIRES
3. SÉLECTION DES DOCUMENTS

Type d'envoi
Email

Alias
Démonstration Isavigne

Email de réponse
vigne@vigne.fr

Référence
Journée Porte Ouverte

Email from
vigne @ods2.net

En cas d'erreur, la manipulation consiste à revenir sur la Gestion Commerciale et d'opérer les modifications nécessaires.

 Si vous fermez la page internet de votre campagne, il ne sera plus possible d'y revenir. Dans la Gestion Commerciale, la campagne n'aura pas la 3^{ème} coche.

Entreprise	Nom de la campagne	Création	Date d'envoi	Création	Destinataires	Message/envoi	Stats
VIGNE	 Campagne du 12/01/2022 10:05:21	12/01/2022		✓	✓		

Il faudra supprimer la campagne afin de ne pas décompter inutilement puis en relancer une depuis le début (Cf. point 5).

13.85.

8. SELECTION DES DOCUMENTS

L'onglet **3. Sélection des documents** va permettre la création de l'email. Il faudra tout d'abord renseigner l'objet de votre email.

The screenshot shows the '3. SÉLECTION DES DOCUMENTS' step of an email creation process. At the top, there are three tabs: '1. PARAMÈTRES D'ENVOI', '2. SÉLECTION DES DESTINATAIRES', and '3. SÉLECTION DES DOCUMENTS'. Below the tabs, there are two input fields: 'Objet de l'Email' and 'Pré header'. Underneath, there are three main sections: 'OUTILS DE CONCEPTION', 'MES TEMPLATES', and 'GALERIE DES TEMPLATES'. The 'OUTILS DE CONCEPTION' section is highlighted with a yellow border and contains three options: 'Editeur drag & drop', 'Editeur de texte enrichi', and 'Importer votre création'. Each option has a red icon and a brief description. At the bottom right, there is a green 'PROGRAMMER' button with a right-pointing arrow.

Vous pourrez ensuite sélectionner votre template grâce aux différentes propositions :

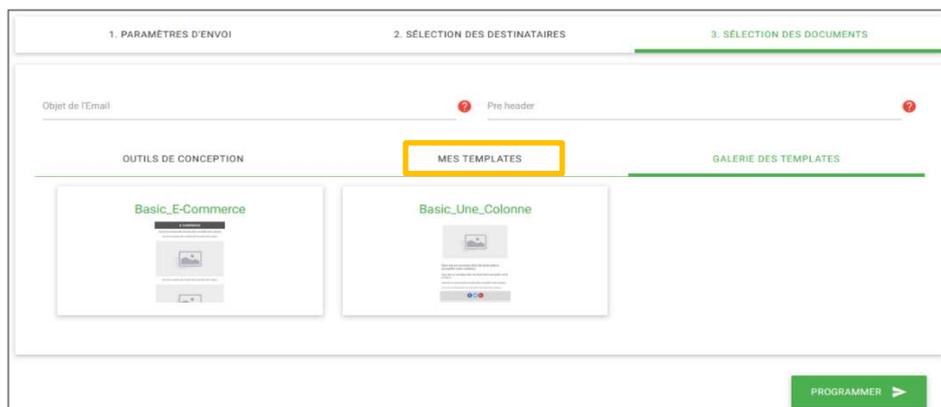
- Outils de conception : créer votre template de A à Z.
- Mes templates : retrouver vos templates précédemment créés.
- Galerie des templates : exemples de templates proposés par défaut.

This screenshot is identical to the one above, showing the '3. SÉLECTION DES DOCUMENTS' step. The 'OUTILS DE CONCEPTION' tab and its content are highlighted with a yellow border, indicating that this is the selected option for creating the email template.

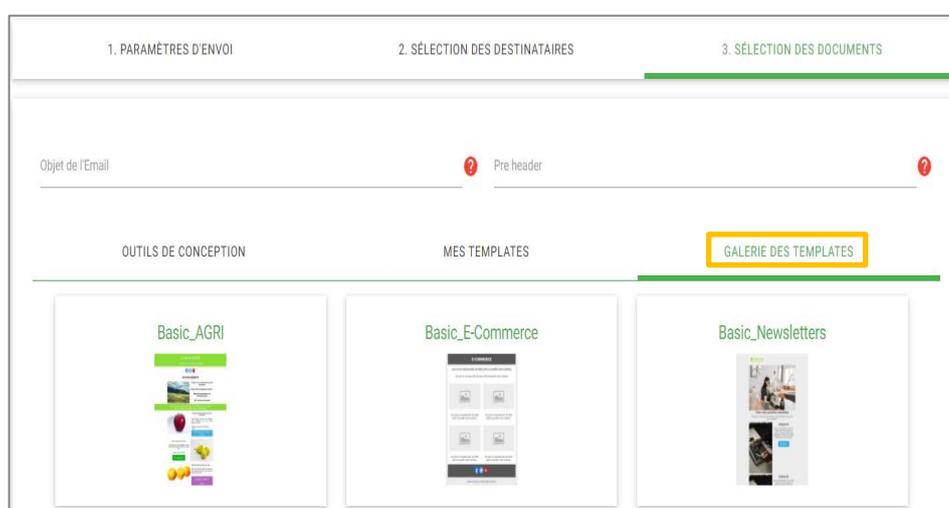
13.85.

Gestion Commerciale 2022

Depuis l'onglet **Mes templates**, retrouvez les templates créés depuis l'option **Gérer** de la Gestion Commerciale.



Depuis l'onglet **Galerie des templates**, retrouvez des templates par défaut.



Le modèle créé ou modifié à cette étape ne pourra pas être réutilisé. Pour pouvoir se resservir d'un modèle, il faut le créer dans **Gérer**.

Après sélection de votre template, vous retrouvez :

- « Tracking » : permet d'avoir des statistiques sur les mails ouverts et suivre l'activité des clics sur les différents liens.
- « Pièces attachées » : permet d'ajouter une pièce jointe d'une taille max de 500Ko.
- « Autopull des pièces jointes » : permet d'héberger les pièces jointes et d'intégrer en bas de l'email un lien vers ces pièces jointes.

9. INSERER UNE PIECE JOINTE

Pour insérer une pièce jointe, il est possible de l'insérer :

- Par le biais d'un bouton ou texte dans le template (cf 4.2 Contenu texte).
- Par le biais d'une pièce attachée dans la campagne d'emailing.

The screenshot displays the '3. SÉLECTION DES DOCUMENTS' step of an email configuration process. At the top, there are three tabs: '1. PARAMÈTRES D'ENVOI', '2. SÉLECTION DES DESTINATAIRES', and '3. SÉLECTION DES DOCUMENTS'. Below the tabs, there are several configuration options: 'Objet de l'Email' with a red question mark icon, 'Pre header' with a red question mark icon, 'Tracking : Tracking des ouvertures' (checked) and 'Tracking des clics' (checked) both with red question mark icons, 'Pièces attachées (0) : + Q' with a red question mark icon, and 'Autopull des pièces jointes' (unchecked) with a red question mark icon. Below these are two sections: 'CORPS DE L'EMAIL' and 'CORPS DE L'EMAIL ALTERNATIF'. At the bottom, a preview of the email content is shown, featuring a dark header with 'E-COMMERCE' and a text block placeholder that reads 'Ceci est un nouveau bloc de texte prêt à accueillir votre contenu.'



Il faudra être vigilant à ce que la pièce jointe n'excède pas **500Ko** pour que votre emailing ne soit pas considéré comme un spam par le destinataire.

10. SPAM SCORE

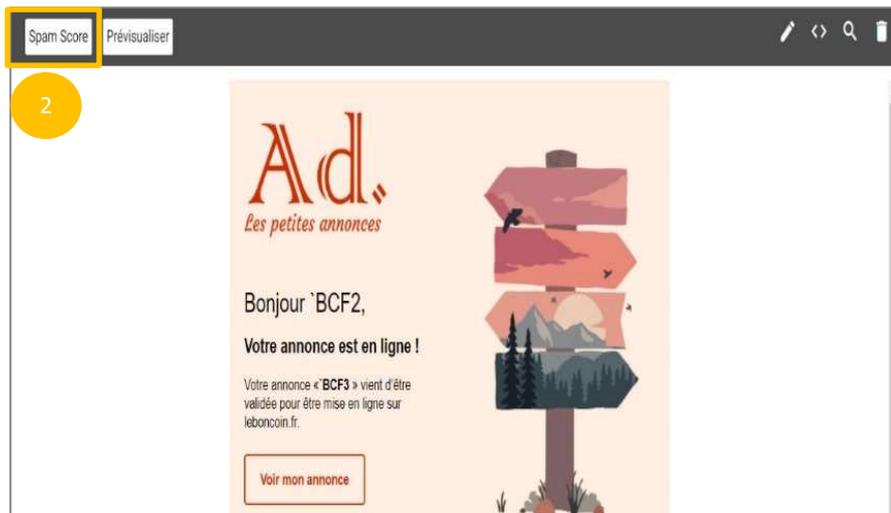
Le Spam score sert à donner la note de « délivrabilité » de l'email, c'est-à-dire s'il a plus ou moins de risque d'arriver dans les spams du destinataire.

Plus la note est haute, plus votre email a des chances d'arriver en boîte de réception.

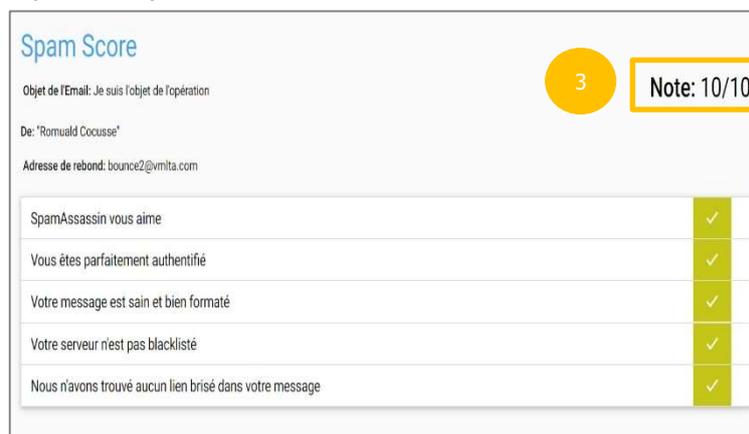
Il faut aussi prendre en compte qu'une note élevée ne garantit pas la délivrabilité du mail. En effet, il faut tenir compte du comportement du destinataire (suppression de mails, non lus, indésirables...).

ÉTAPE 1 : sélectionner le template

ÉTAPE 2 : cliquer sur le bouton « Spam Score »



ÉTAPE 3 : une fenêtre pop-up va s'ouvrir où il y aura différents critères qui constitueront une note sur 10 pour le template analysé



On obtient une note sur 10 définie par des critères utilisés par différentes boîtes de messagerie.

Ce barème (note sur 10) repose sur une analyse de l'objet, du code de l'email, de l'expéditeur, des URLs intégrées dans le document.



Il n'est aucunement nécessaire de faire de l'excellence. Une note de 7 sur 10 est suffisante.

Il est uniquement nécessaire d'agir si la note est inférieure à 7.

Il n'est pas nécessaire d'utiliser le spam score à chaque fois. Prenez en compte que les messageries évoluent en permanence.

Vous avez une note inférieure à 7/10 : Consulter « Questions/Réponses » depuis la liste de vos campagnes pour améliorer votre template.

10.1 Spam Assassin

Si cet item n'est pas en vert, il est possible de cliquer dessus afin de dérouler les points éventuels à corriger.



Il faut vérifier que votre template a bien un ratio de 50/50 au minimum pour les images et texte.

Plus le ratio pour les images est supérieur au texte, plus il y aura de chance que votre mail arrive dans les spams de votre destinataire.



Les images (.jpg, .png ou .gif), en emailing doivent être utilisées avec parcimonie afin d'illustrer/compléter du texte. Ne misez pas tout sur les images, ces dernières étant souvent bloquées par défaut dans les clients de messagerie pour des raisons de sécurité.

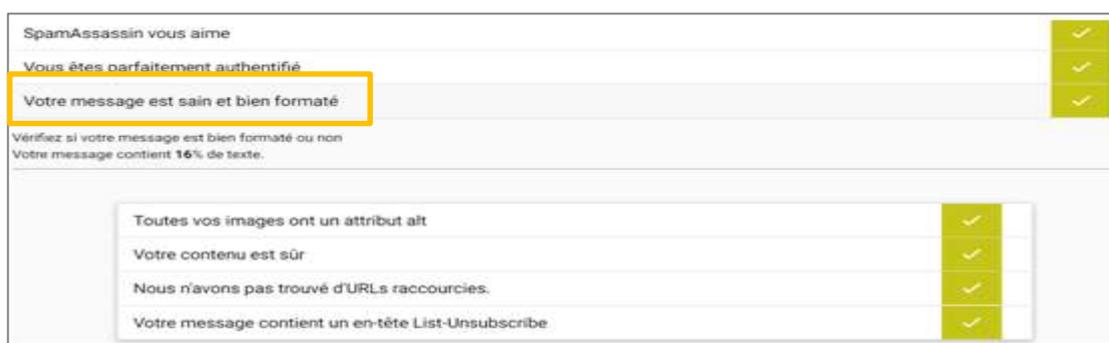
10.2 Vous êtes parfaitement authentifié

Cet item analyse des authentications. S'il est en rouge, il faudra contacter le support afin qu'il intervienne.



10.3 Message sain et bien formaté

Cette partie sert à rechercher si tous les éléments présents dans le template sont bien renseignés comme le texte alternatif des images, les URLs.



Il y a plusieurs sous-parties détaillées ci-après :

- « Toutes vos images ont un attribut alt ».
- « Votre contenu est sûr ».
- « Nous n'avons pas trouvé d'URLs raccourcies ».
- « Votre message contient un en-tête List-Unsubscribe ».

13.85.

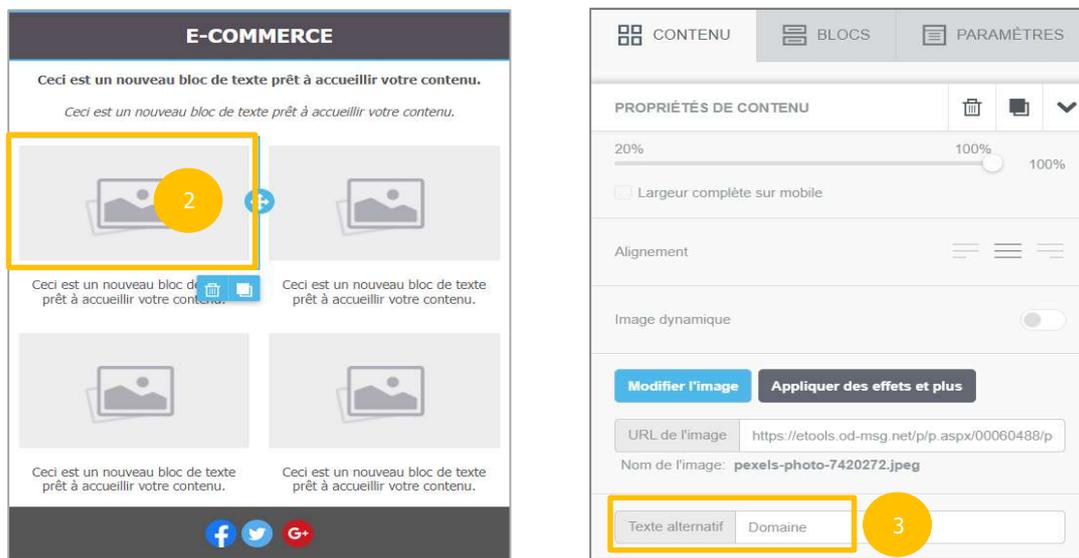
10.3.1 Toutes vos images ont un attribut alt

« Toutes vos images ont un attribut alt » indique que le texte alternatif de votre image n'est pas rempli. Il faudra revenir sur chaque image de votre template afin de remplir les textes manquants.

ÉTAPE 1 : aller en modification sur votre template

ÉTAPE 2 : sélectionner l'image concernée

ÉTAPE 3 : renseigner dans la partie « Texte alternatif » sur la droite, le nom de votre image



10.3.2 Votre contenu est sûr

« Votre contenu est sûr » : il vérifie si le type de contenu (HTML) est dangereux. Il faudra vérifier tous les liens HTML du template et éventuellement les recréer.

10.3.3 Nous n'avons pas trouvé d'URLs raccourcies

« Nous n'avons pas trouvé d'URLs raccourcies » : il vérifie si les URLs ajoutées au template ne redirigent pas vers des sites frauduleux. Au besoin, il faudra recréer les URLs dans le template avant de relancer le Spam score.

10.3.4 Votre message contient un en-tête List-Unsubscribe

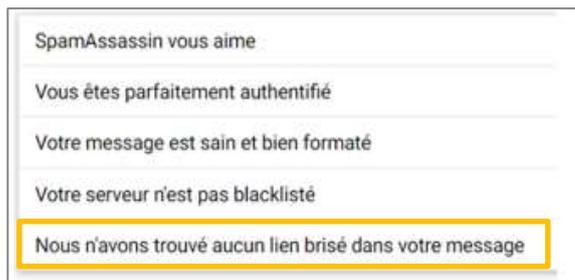
« Votre message contient un en-tête List-Unsubscribe » : il indique si le lien de désabonnement est bien renseigné.

10.4 Votre serveur n'est pas blacklisté

Si cet item n'est pas au vert, il faudra contacter le support afin qu'il puisse intervenir.

10.5 Nous n'avons trouvé aucun lien brisé

Il faut généralement modifier le lien, le format des images ainsi que leur texte alternatif. Si c'est une image ou une pièce jointe, il peut être possible de le supprimer puis de le réintégrer au template.

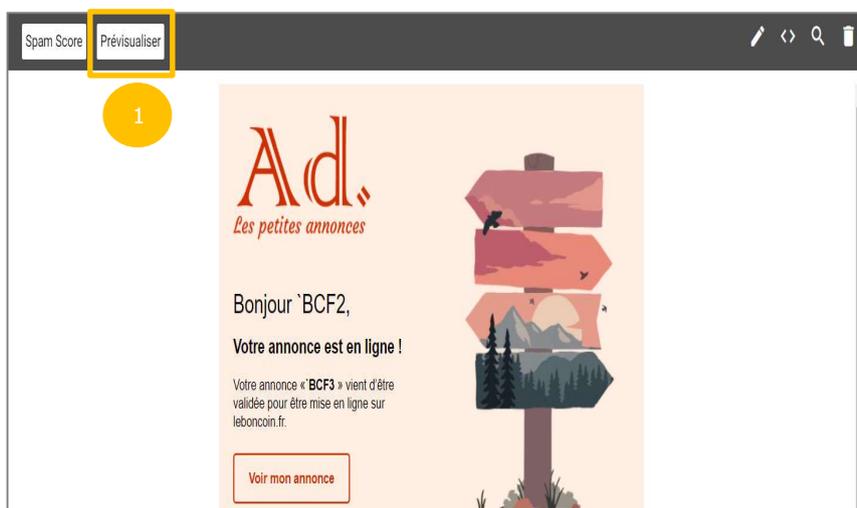


11. PREVISUALISER

Cette fonctionnalité permet d'observer le rendu du message sur les principaux clients de messagerie et navigateurs avant envoi de votre emailing.

Ainsi, il est possible de modifier le template si vous détectez des anomalies d'affichages.

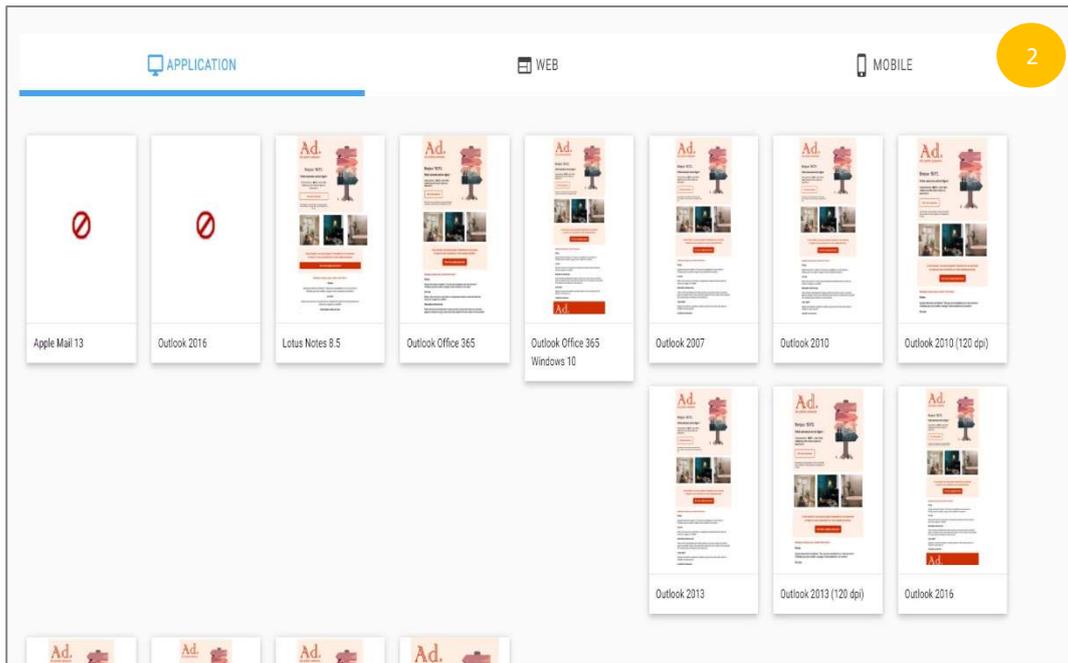
ÉTAPE 1 : cliquer sur « Prévisualiser »



13.85.

Gestion Commerciale 2022

ÉTAPE 2 : une fenêtre pop-up va s'ouvrir où les principaux clients de messageries sont catégorisés en Application / Web / Mobile. Cliquer sur l'un des modèles pour prévisualiser le rendu



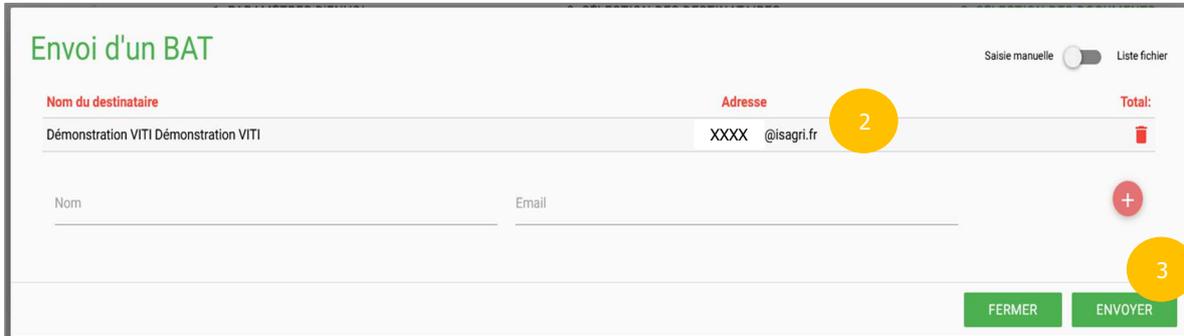
i En réalisant différentes prévisualisations et en modifiant le template, il est possible d'obtenir un rendu stable sur 90% des clients de messagerie.

12. B.A.T. (BON A TIRER)

Cette fonctionnalité permet de tester en condition réelle, un envoi d'email vers votre propre messagerie, avant l'envoi à tous vos clients.

ÉTAPE 1 : cliquer sur « BAT » (en bas à droite de votre écran)

ÉTAPE 2 : votre adresse de messagerie est reprise par défaut mais vous pouvez la déjuger et en renseigner une autre



ÉTAPE 3 : cliquer sur « Envoyer »

 L'envoi d'un BAT est décompté de votre forfait mail.

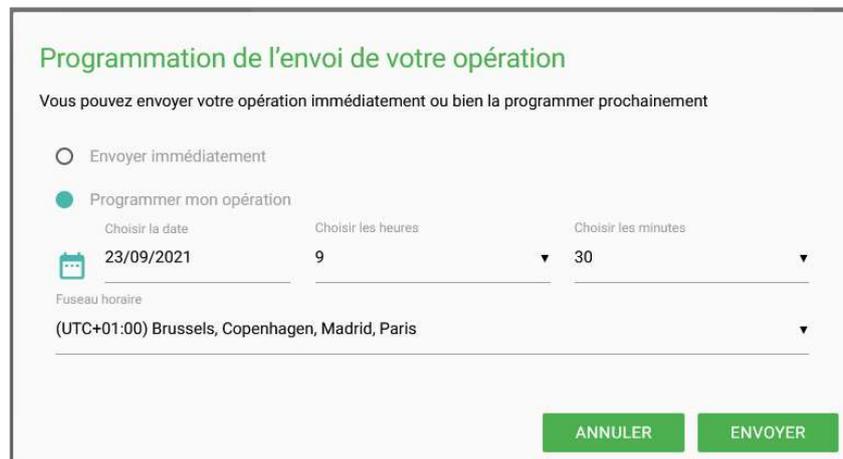
13. ENVOI ET PLANIFICATION D'ENVOI

13.1 Envoi

Pour un envoi immédiat, une fois la forme sauvegardée, il suffit de cliquer sur le bouton « Programmer » puis « Envoyer ». Un message de confirmation s'affiche aussitôt pour valider l'envoi de l'emailing.

13.2 Planification d'envoi

Pour une planification d'envoi, à une date et un horaire précis, cliquer sur « Programmer » et sélectionner « Programmer mon opération ».



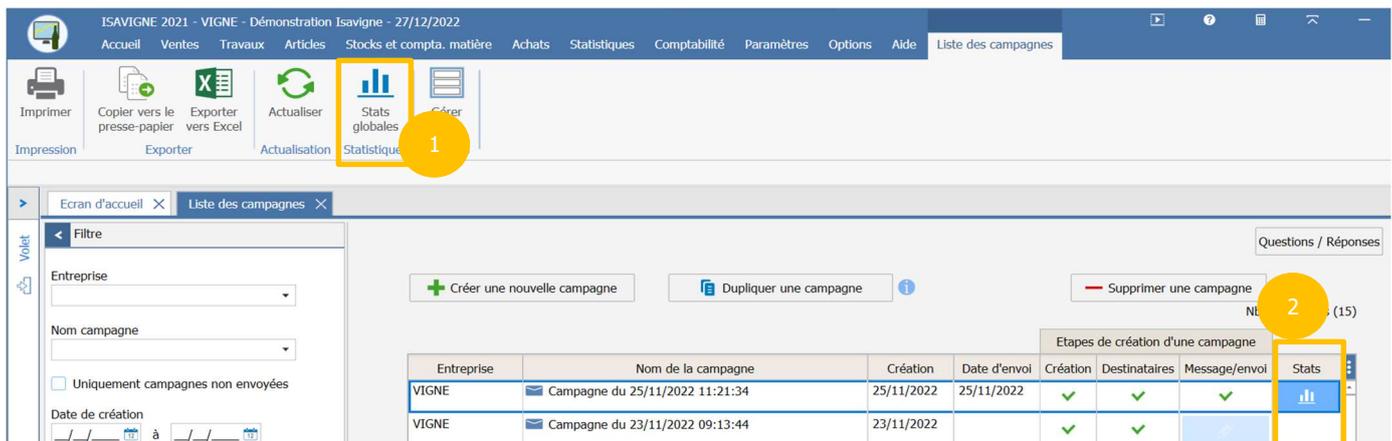
Les emails seront envoyés conformément à la date et l'heure planifiées. A l'ouverture de la « Liste des campagne » sur la Gestion Commerciale, les informations de statistiques d'envois seront disponibles après l'envoi.

13.85.

Gestion Commerciale 2022

14. STATISTIQUES

A partir de la « Liste des campagnes » depuis la Gestion Commerciale, plusieurs statistiques sont accessibles.

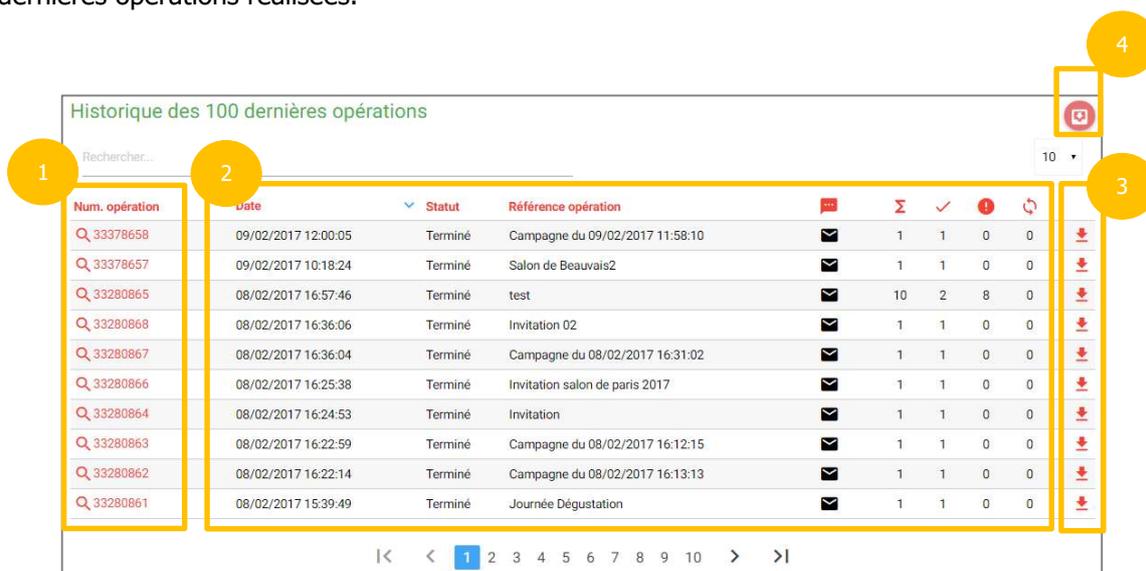


1 **Stats Globales** : Accès aux statistiques d'envoi d'emailing de toutes les actions réalisées.

2 **Colonne « Stats »** : Accès à la statistique d'une campagne précise.

14.1 Statistiques globales

La sélection du bouton « Stats Globales » entraîne l'ouverture d'une page web sur l'historique des 100 dernières opérations réalisées.



Plusieurs possibilités s'offrent à l'utilisateur :

- 1 - Accéder à la statistique précise d'une campagne.
- 2 - Visualiser les informations de tous les emailing réalisés (Date, Statut, Référence, Statistique Total email / Envoyé / Echec / Actif).
- 3 - Télécharger le rapport Excel de la campagne emailing sélectionnée.
- 4 - Télécharger le rapport Excel de l'ensemble des campagnes emailing réalisées.

13.85.

14.2 Statistiques d'une action précise

La sélection d'une statistique de campagne précise depuis la Gestion Commerciale (cf : N°2 dans STATISTIQUE), ou depuis les statistiques globales sur le web, permet l'accès aux informations suivantes :

- Détails de l'opération.
- Détails de transmission.
- Détails de l'activité.
- Détails des liens.

14.2.1 Détails de l'opération

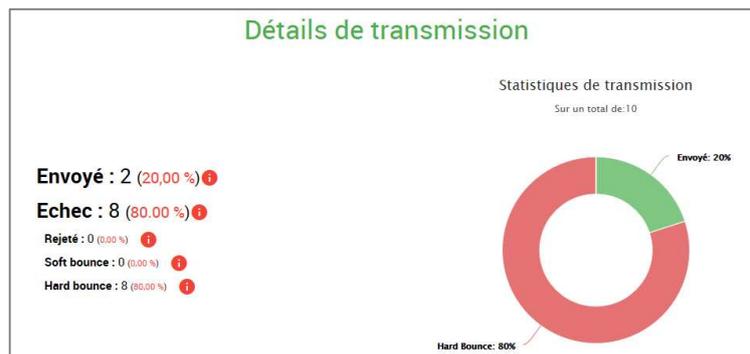
La fenêtre « Détails de l'opération » est un rappel des paramètres de l'email.



14.2.2 Détails de transmission

La fenêtre « Détails de transmission » correspond aux informations sur le nombre d'emails envoyés et en échec (3 types) :

- Echec rejeté : Adresse mail désabonnée.
- Echec Soft Bounce : Message non délivré car serveur de messagerie en indisponibilité temporaire ou boîte de messagerie du destinataire pleine.
- Echec Hard Bounce : Adresse email inexistante ou nulle.



14.2.3 Détails de l'activité

La fenêtre « Détails de l'activité » est un tableau du résultat du tracking des emails envoyés.

- ✓ Ouvert/Non Ouvert : Ouverture ou non de l'email.
- ✓ Clic/Non cliqué : Interaction ou non à l'intérieur du corps de l'email par le destinataire.
- ✓ Désabonnée : Le destinataire signifie sa volonté de ne plus recevoir d'email de la part de l'utilisateur.
- ✓ Abus : Le destinataire signifie être victime d'un abus de communication de la part de l'utilisateur.



13.85.

14.2.4 Détails des liens

La fenêtre « Détails des liens » permet le suivi du nombre de clics réalisés sur les liens inclus dans le corps de l'e-mail par les destinataires.

15. DESABONNEMENT

Lors d'une création ou duplication d'une campagne, la liste des désabonnés et des campagnes précédentes est présentée.

Le choix de désabonnement de la part du destinataire a pour conséquence de décocher automatiquement « Accepte les contacts commerciaux » dans sa fiche client.

The screenshot shows a software interface for managing campaigns. At the top, there are three buttons: "Créer une nouvelle campagne" (green plus), "Dupliquer une campagne" (blue document), and "Supprimer une campagne" (red minus). Below these is a table with columns: "Entreprise", "Nom de la campagne", "Création", "Date d'envoi", "Création", "Destinataires", "Message/envoi", and "Stats". The table lists several campaigns from "VIGNE". An "Information" dialog box is open in the foreground, displaying the following text:

Information
 Les destinataires suivants ont souhaité se désabonner lors de la précédente campagne. La zone « Accepte les contacts commerciaux » a été automatiquement décochée pour chacun d'eux.
 [BACJE - BACHELET]

At the bottom of the dialog are "OK" and "Imprimer" buttons.

Il est possible d'éditer cette liste par le bouton « Imprimer ».



Ce fichier des désabonnés est créé dans le répertoire ...\\IsaGCWp\\EXPORT.

Cette documentation correspond à la version 13.85. Entre deux versions, des mises à jour du logiciel peuvent être opérées sans modification de la documentation. Elles sont présentées dans la documentation des nouveautés de la version sur votre espace client.