



Webinar 28/03/2023

*Découvrez les bonnes pratiques
pour concevoir une stratégie de
mailing*

Sommaire

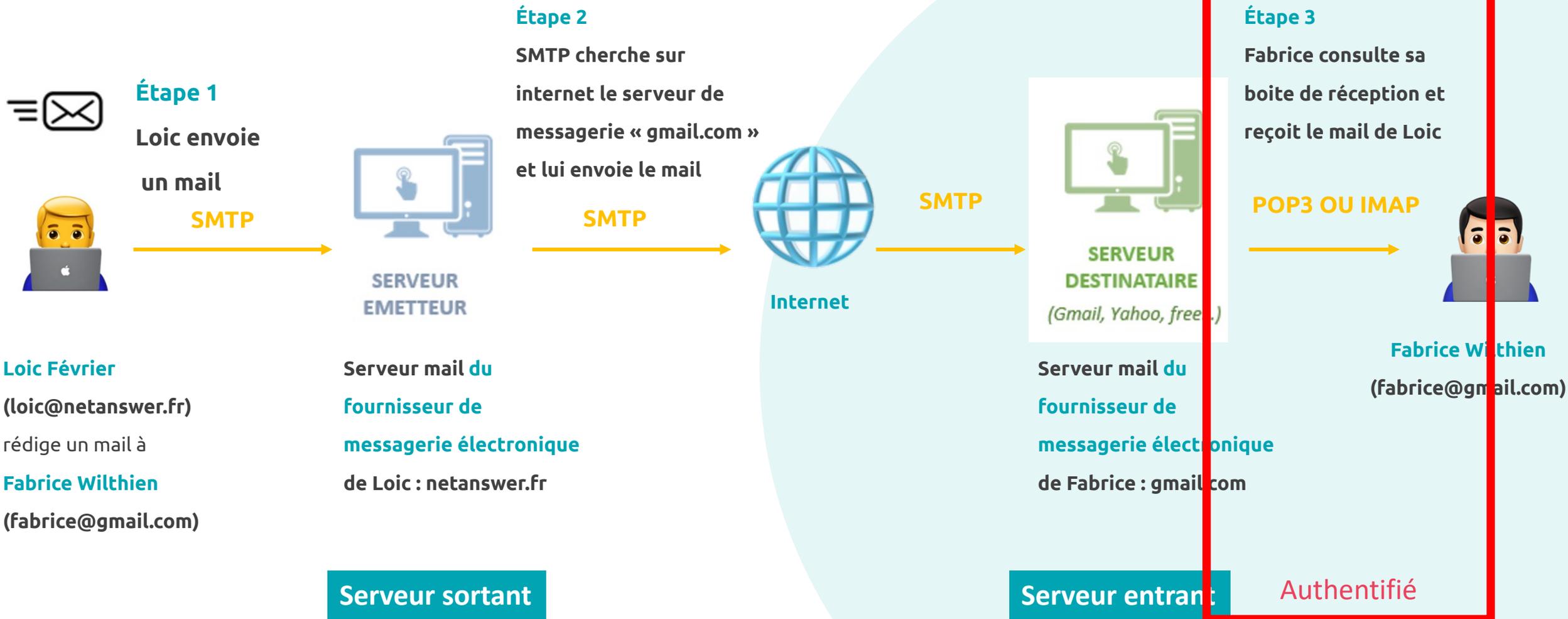


1. Quelques définitions
2. Fonctionnement d'un envoi de mail
3. Optimiser sa délivrabilité
4. Avant d'envoyer votre mail...
5. Ce qu'il faut retenir...
6. Questions / Réponses

Quelques définitions

- **Client mail (MUA)** : consulter, gérer, envoyer et recevoir ses emails sur un logiciel **à installer** sur son ordinateur (Outlook, Thunderbird...)
- **Webmail** : consulter, gérer, envoyer et recevoir ses emails directement **dans son navigateur web** (Gmail, Yahoo, Outlook.com...).
- **Liste noire / Blacklist** : Liste de **noms de domaine, d'adresses e-mail ou d'adresses IP identifiés** comme **potentiellement nuisibles**
- **Liste blanche / Whitelist** : Liste de **noms de domaine, d'adresses e-mail ou d'adresses IP identifiés** comme **valables**
- **Délivrabilité des emails** : Capacité d'un mail à parvenir dans la boîte de réception des destinataires sans être **filtré** ou **bloqué**.
- **SMTP - Simple Mail Transfer Protocol** : protocole permettant de transférer/envoyer les mails
- **POP - Post Office Protocol** : permet de télécharger les mails du serveur vers le client de messagerie – les mails disparaissent du serveur
- **IMAP - Internet Message Access Protocol** : synchronise les mails sur le client de messagerie - les mails sont conservés sur le serveur
- **Taux d'ouverture** : nombre de mails ouverts / nombre total de mails délivrés
- **Taux de clic** : personne ayant cliqué sur un lien du mail / nombre total de mails délivrés
- **Taux de Bounce** : nombre de mails n'ayant pas été délivré / nombre total de mails envoyés

Fonctionnement d'un envoi de mail



RFC 2821

- **L'enveloppe du message** : L'enveloppe est constituée des informations qui assurent le transfert effectif de l'email d'un serveur de messagerie à un autre. Elle comprend l'adresse de l'expéditeur « MAIL FROM », l'adresse du destinataire « RCPT TO » et les données « DATA » (contenant les entêtes, le corps
- **L'entête du courrier** :
 - **From** : c'est l'adresse électronique de l'expéditeur
 - **To** : adresse électronique du destinataire,
 - **Date** : c'est la date d'envoi du courrier
 - **Received** : il s'agit des informations sur tous les serveurs de messagerie traversés par le mail
 - **Reply-To** : adresse alternative à celle du champ From pour recevoir une réponse.
 - **Subject** : le sujet du message.
 - **Message-ID** : référence qui permet d'identifier de manière unique votre message
- **Le corps du message**

Le message est composé principalement de l'entête du courrier et du corps du message. Ce corps du message concerne le message proprement dit que vous rédigez pour transmettre au destinataire. Il sera directement intégré à l'email s'il s'agit de texte brut (ASCII). Dans le cas de message formaté (HTML par exemple), il prendra alors la forme d'un encodage MIME intégré à l'email.

```
HELO expediteur.com
MAIL FROM : expediteur@expediteur.com
RCPT TO : destinataire@destinataire.com
DATA
From: "Expéditeur" <expediteur@expediteur.com>
To: "Destinataire" <destinataire@destinataire.com>
Subject: Structure d'un courrier électronique
Bonjour, ceci est
un message
.
```



<https://www.ietf.org/rfc/rfc2821.txt>

Introduction

Entête d'un email



Message du Président d'IP Paris aux alumni des écoles

```
Message du Président d'IP Paris aux alumni des écoles d'IP Paris
Boîte de réception x
rEgg21tdPunqQfzdNK1WqMjqu11SYIGvgsL7P2/QbUctk7ERkWOIzsEEvTB2BMN4Uv40
aUgcWn01tQ4Af4V/D74zU61xCl1HryWnrILirVNUZ0VGI8NIw4UCKOrQmOhQw+goK8vD
pBLnyikyAJVU9rTkY26frEHoSM0E2eWno6miBd5EnGN7pSRKYI fHBjMU8cn3pPvdhaRA
iSd6+hsDIJhtvzmaq/lnnpzBrg2MfUbuEXsSdQMVMhoh7h8m4B3r7JEW9I9R9wn0Oz1
+tpjw==
ARC-Authentication-Results: i=1; mx.google.com;
dkim=pass header.i=@ensae.org header.s=nasmt header.b=MPsVZAMz;
dkim=pass header.i=@ensae.org header.s=nasmt header.b=MPsVZAMz;
dkim=pass header.i=@ensae.org header.s=nasmt header.b=MPsVZAMz;
spf=pass (google.com: domain of mailerror@ensae.org designates 91.109.120.29 as permitted sender)
smtp.mailfrom=mailerror@ensae.org;
dmarc=pass (p=NONE sp=NONE dis=NONE) header.from=ensae.org
Return-Path: <mailerror@ensae.org>
Received: from smtp2.netanswer.fr (smtp2.netanswer.fr. [91.109.120.29])
by mx.google.com with ESMTPS id v5-20020a05600c214500b003ed64db603csi8160599wml.34.2023.03.28.03.08.08
for <fabrice@netanswer.fr.test-google-a.com>
(version=TLS1_3 cipher=TLS_AES_256_GCM_SHA384 bits=256/256);
Tue, 28 Mar 2023 03:08:08 -0700 (PDT)
Received-SPF: pass (google.com: domain of mailerror@ensae.org designates 91.109.120.29 as permitted sender) cl
ip=91.109.120.29;
Authentication-Results: mx.google.com;
dkim=pass header.i=@ensae.org header.s=nasmt header.b=MPsVZAMz;
dkim=pass header.i=@ensae.org header.s=nasmt header.b=MPsVZAMz;
dkim=pass header.i=@ensae.org header.s=nasmt header.b=MPsVZAMz;
spf=pass (google.com: domain of mailerror@ensae.org designates 91.109.120.29 as permitted sender)
smtp.mailfrom=mailerror@ensae.org;
dmarc=pass (p=NONE sp=NONE dis=NONE) header.from=ensae.org
Received: from namx0.netanswer.fr (namx0.netanswer.fr [192.168.201.10]) (using TLSv1.3 with cipher TLS_AES_25
(256/256 bits)
key-exchange ECDHE (P-256) server-signature RSA-PSS (2048 bits) server-digest SHA256) (No client cert
...

```



Fwd: Message du Président d'IP Paris aux alumni des écoles d'IP Paris

Repondre Répondre à tous Transférer Transférer en tant que pièce jointe Créer Marquer comme lu(s) Répéter Rechercher les e-mails de ce contact Expéditeur Déplacer vers Autre Toujours déplacer vers Autres Marquer Épingler Classifier Rapport Bloquer Règles Déplacer Afficher la source Rétention

Vous le savez, notre Edte Paris, créé le 31 mai 20 expertises des Ecoles fr de formations d'e FNSAF Alumni a que vous soyez tenus informés

netanswer.fr

signaler comme hameçonnage

Afficher l'original

Reduire le message

Télécharger le message

Marquer comme non lus à partir d'ici

[Voir le site de l'IP PARIS](#)

Le SPAM

Le spam est un mail **non désiré** par l'utilisateur (mal ciblé, peu optimisé ou frauduleux). Un mail peut être classé comme spam quand :

- **Les fournisseurs d'accès et les webmails** le classent dans cette catégorie, en **fonction du score** qui lui a été attribué (**voir l'outil Mail Tester**)
- Les internautes le signalent manuellement -> L'information remonte aux fournisseurs d'accès qui utilisent ces données pour affiner leurs filtres.



Aujourd'hui 90% des mails reçus chez Netanswer sont des spams !



Les bounces

Un bounce est un mail qui **n'a pas réussi à être remis** à son destinataire. Il est donc **renvoyé vers le serveur émetteur** via un message d'échec provisoire ou d'erreur.

Il existe **2 types de bounces** :

- **Soft bounce** : refus temporaire du serveur (boite pleine, contenu trop volumineux...)
- **Hard bounce** : erreur permanente (adresse mail non valide, blocage du mail par le destinataire...)

The screenshot shows a central alert box titled 'Alertes' with a yellow background. It contains a list of alerts with counts and descriptions:

- 6 Demandes de mot de passe
- 12 Offres d'emploi à valider
- 7 Nouveaux commentaires
- 17 Mails en attente
- 1023 Retours de mail

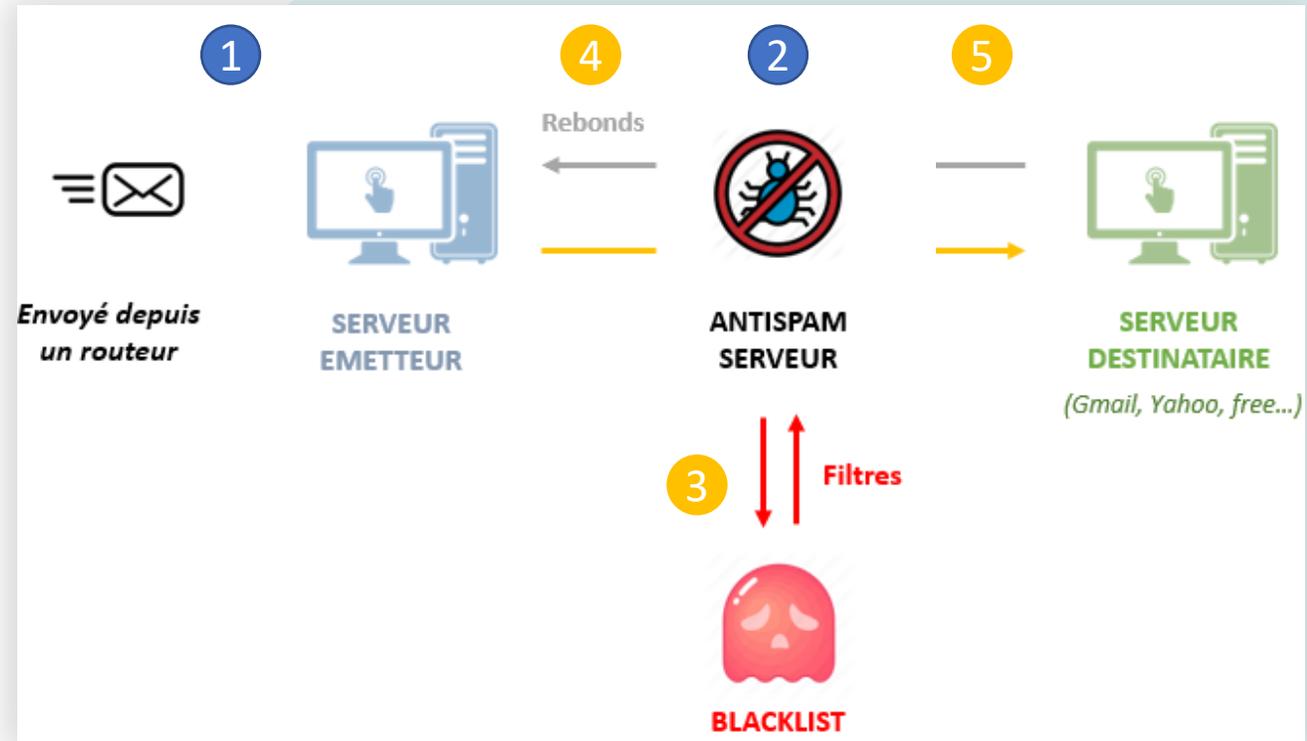
The '1023 Retours de mail' entry is circled in red. To the left of the alert box is a vertical column of colored squares (green, white, red, orange, red, orange). To the right is a vertical column of red 'X' marks.

Mail > Mailing ciblé > Mails en retour

Optimiser sa délivrabilité

La délivrabilité d'un mail – Comment ça marche ?

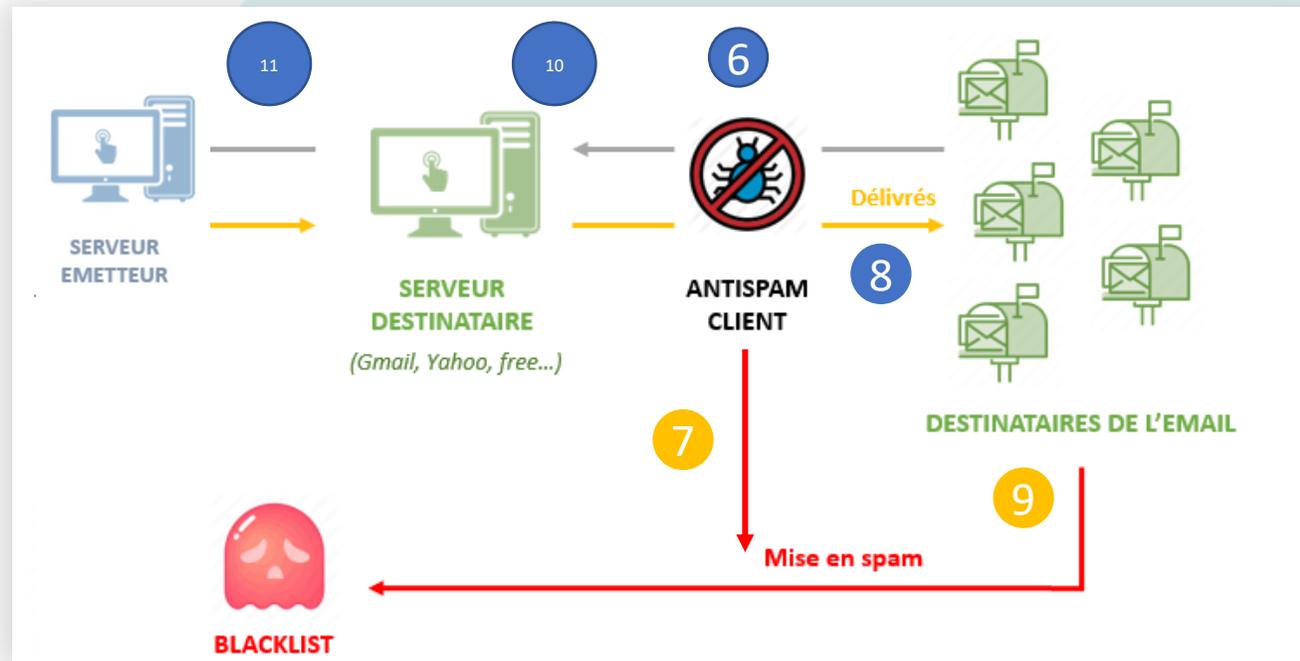
1. Vous envoyez un mail. Ce mail est envoyé depuis le **serveur émetteur** de votre messagerie (Naimail2)
2. Depuis le serveur émetteur, votre mail est envoyé au **serveur destinataire** avant d'arriver : **il passe le test antispam**
3. Votre mail est scoré par l'antispam du serveur
4. Votre mail passe le test antispam serveur mais : l'adresse du destinataire n'existe pas, sa messagerie est pleine, il y a un problème technique sur le serveur destinataire... = **REBONDS (Bounce)**
5. **Votre mail passe le test antispam /antivirus serveur il arrive sur le serveur destinataire (messagerie)**



Optimiser sa délivrabilité

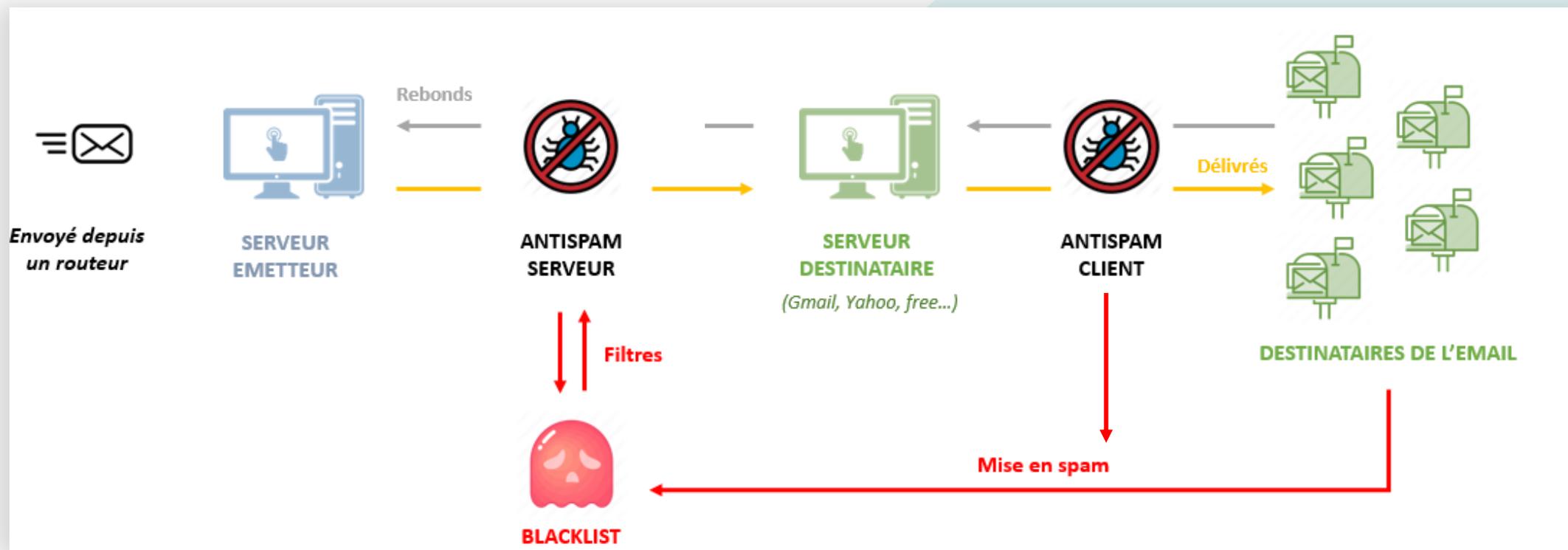
La délivrabilité – Comment ça marche ?

6. Du **serveur destinataire** votre mail est ensuite **envoyé au destinataire**. Avant sa réception il repasse par l'antispam du destinataire
7. Votre mail est classé en spam
8. Votre mail est arrivé au destinataire. Il ne le considère pas comme du spam. **(bien joué !)**
9. Votre mail est arrivé au destinataire mais il décide de le classer manuellement en spam. **Votre mail est ajouté à la blacklist.**
10. Le destinataire envoie un accusé de réception au serveur destinataire
11. L'accusé de réception retourne au serveur émetteur pour dire qu'il a correctement été reçu ou bien qu'il a été dans les spams.



Optimiser sa délivrabilité

La délivrabilité – Comment ça marche ?



Optimiser sa délivrabilité

Les facteurs à surveiller

1. Le paramétrage technique
2. Votre réputation
3. La qualité de votre liste de contacts
4. La fréquence d'envoi
5. Le contenu de votre mail
6. La réaction de vos destinataires



Les protocoles SPF, DKIM, DMARC

Afin d'améliorer le taux de réception de vos mails vous devez vous assurer que les paramétrages techniques à faire au niveau de la gestion des DNS des domaines **ont été réalisés**.

- **SPF** : Ce protocole permet de vérifier que le serveur utilisé pour l'envoi correspond bien au nom de domaine indiqué
- **DKIM** : Ce protocole consiste à associer un nom de domaine à un message en intégrant une signature numérique dans le header du message. DKIM permet ainsi de vérifier à la fois que le nom de domaine n'a pas été usurpé et que le message n'a pas été altéré durant sa transmission.
- **DMARC** : Ce protocole est un complément à associer au SPF et au DKIM. Il permet de générer des rapports sur les tests réalisés à partir de SPF et DKIM, et ainsi de recevoir des résultats de l'authentification des envois.

Améliorations taux de réceptions des emails

Nous avons détectés des soucis dans les domaines des mails utilisés pour envoyer des emails depuis votre site internet depuis un an.

Les modifications que nous allons vous demander (à effectuer au niveau de la gestions des DNS des domaines, par vous ou par le service informatique de l'école) permettront un meilleur taux de réception de vos mailings.

Si vous n'avez pas la main sur ces DNS (par exemple s'il s'agit d'un email type "gmail"), vous n'avez rien à faire mais sachez que le taux de délivrabilité de vos emails sera moins bon.

xmp-consult.org (domaine émetteur d'emails) : 280 mailings envoyés (dernier le 24/03/2023) pour 136977 mails au total (taux de bounce de 1.3% contre 1.29% en moyenne)

Le dernier cas est le mailing "LES RISQUES ET LES ASSURANCES DE L'INDEPENDANT - Le 29 mars 2023" envoyé le 27/03/2023.

⚠ SPF

La configuration de ce domaine n'identifie pas Netanswer comme autorisé à envoyer des emails en son nom. S'il s'agit d'un domaine que vous possédez (ou celui de l'école) il faut effectuer la modification suivante.

Remplacer l'enregistrement

par

⚠ DKIM

L'ajout de cet enregistrement permettra à Netanswer de signer les emails envoyés depuis le site.

Ajouter l'enregistrement

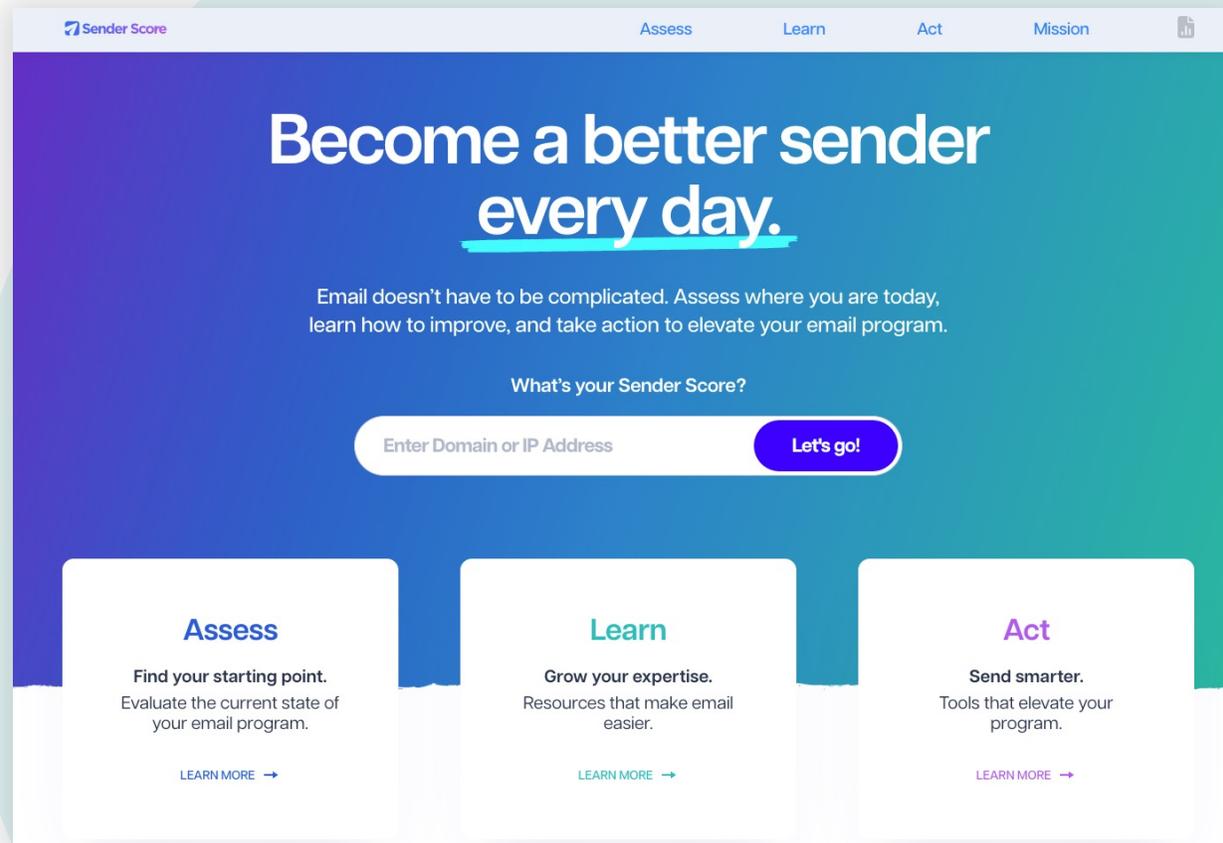
Les facteurs à surveiller

Votre réputation

Réputation et délivrabilité des mails = indissociable

- Votre réputation mail est calculée sur un score **de 0 à 100**.
- Plus le score est proche de 100 plus **vosre réputation est de qualité**.
- **Il est calculé selon différentes données liées à l'IP du domaine**
 - La présence de l'IP sur les Blaclisks
 - le nombre de plaintes pour spam de votre IP
 - La qualité du serveur
 - Le pourcentage de mail affiché dans le dossier indésirable / spam
 - Le pourcentage de messages filtrés par les filtres anti-spam
 - Le pourcentage de mails rejetés par les fournisseurs de messagerie
 - Le nombre de mails reçus sur les pièges à spam (adresses pièges)
 - Le pourcentage de mails envoyés à des adresses qui n'existent plus (Hard Bounce)

Pour calculer votre score : Sender score



The screenshot shows the Sender Score website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'Sender Score' and links for 'Assess', 'Learn', 'Act', and 'Mission'. The main heading reads 'Become a better sender every day.' Below this, a sub-heading states: 'Email doesn't have to be complicated. Assess where you are today, learn how to improve, and take action to elevate your email program.' A central question asks 'What's your Sender Score?' followed by an input field labeled 'Enter Domain or IP Address' and a 'Let's go!' button. Below the input field are three columns representing the 'Assess', 'Learn', and 'Act' stages, each with a brief description and a 'LEARN MORE' link.

Sender Score

Assess Learn Act Mission

Become a better sender every day.

Email doesn't have to be complicated. Assess where you are today, learn how to improve, and take action to elevate your email program.

What's your Sender Score?

Enter Domain or IP Address [Let's go!](#)

Assess

Find your starting point.
Evaluate the current state of your email program.

[LEARN MORE →](#)

Learn

Grow your expertise.
Resources that make email easier.

[LEARN MORE →](#)

Act

Send smarter.
Tools that elevate your program.

[LEARN MORE →](#)

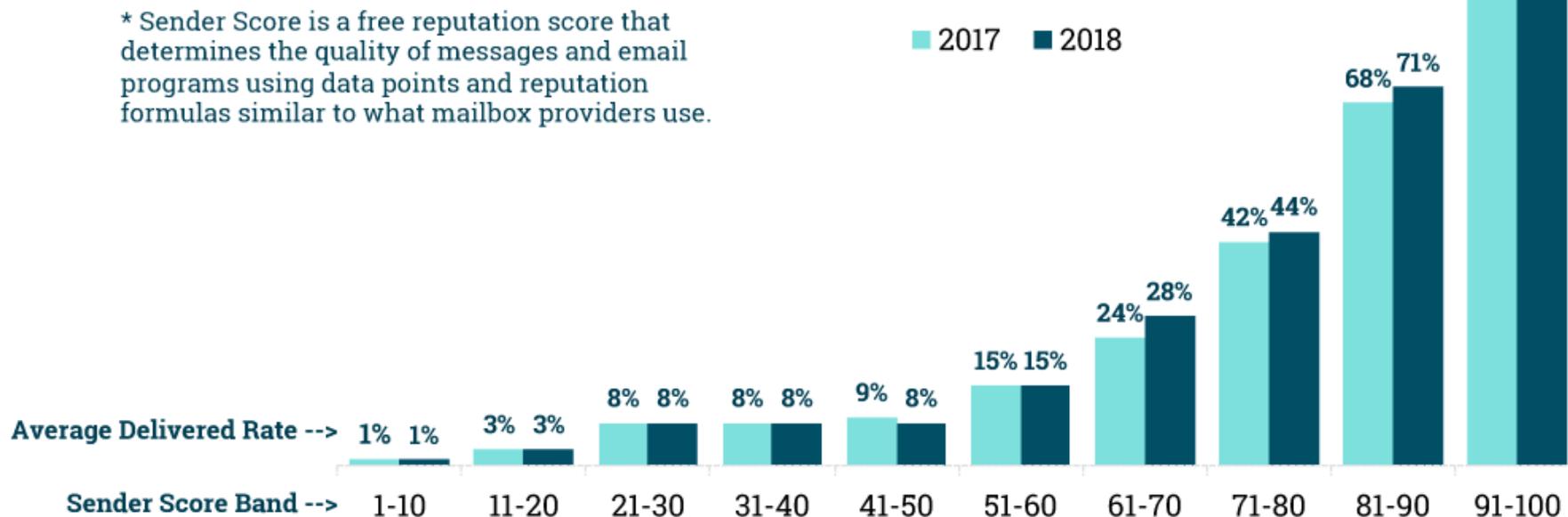
Sender score

The Impact of Sender Reputation on Email Delivery Rate



Average Delivered Rate by Sender Score* band

* Sender Score is a free reputation score that determines the quality of messages and email programs using data points and reputation formulas similar to what mailbox providers use.



Published on MarketingCharts.com in August 2019 | Data Source: Return Path

2018 data based on an analysis of more than 4 trillion messages sent during 2018 from IP addresses whose Sender Score was calculated, and whose subscriber engagement and inbox placement data were available for analysis.

Adresse IP mutualisée	Adresse IP dédiée
<p data-bbox="417 576 1149 691">Une adresse IP partagée entre plusieurs expéditeurs</p> <p data-bbox="766 779 797 805">=</p> <p data-bbox="417 891 1149 1072">Réputation partagée. Un seul expéditeur peut impacter négativement tout le groupe</p>	<p data-bbox="1276 576 2020 753">Une adresse IP rattachée à un nom de domaine et utilisée par un seul expéditeur</p> <p data-bbox="1633 842 1663 868">=</p> <p data-bbox="1294 891 1997 1005">Vous construisez et maîtriser votre réputation.</p> <p data-bbox="1243 1079 2020 1133"><i>Nouvelle IP = nouvelle réputation</i></p>

Les facteurs à surveiller

La qualité de votre liste de contacts

- **Traiter les bounces** (hardbounce notamment)
- **Acquisition des adresses** (l'accord du contact est primordial – pas d'achat de liste)
- Renforcer le lien avec votre cible avec un mail de bienvenue
- Gérer les désabonnements (ne pas renvoyer de mails si le contact s'est désinscrit)



Les facteurs à surveiller

La fréquence d'envoi

- Ne pas sursolliciter vos destinataires (**adapter la fréquence d'envoi selon les besoins de votre cible**) - taux d'ouverture faible = **impact sur la réputation = impact sur la délivrabilité**
- **Faire des tests** pour déterminer la fréquence, l'heure et le jour idéal pour votre cible -> **Donner un RDV à vos contacts**
- Maintenir le volume de mail (ne pas passer de 10 000 à 200 000 mails d'un coup)
- Activer le lien de désinscription sur **tous les mails**
- Paramétrer et actualiser la liste des abonnements prévues dans le référentiel (vos destinataires peuvent mettre à jour leurs préférences de contact)



Les facteurs à surveiller

Le contenu de votre mail

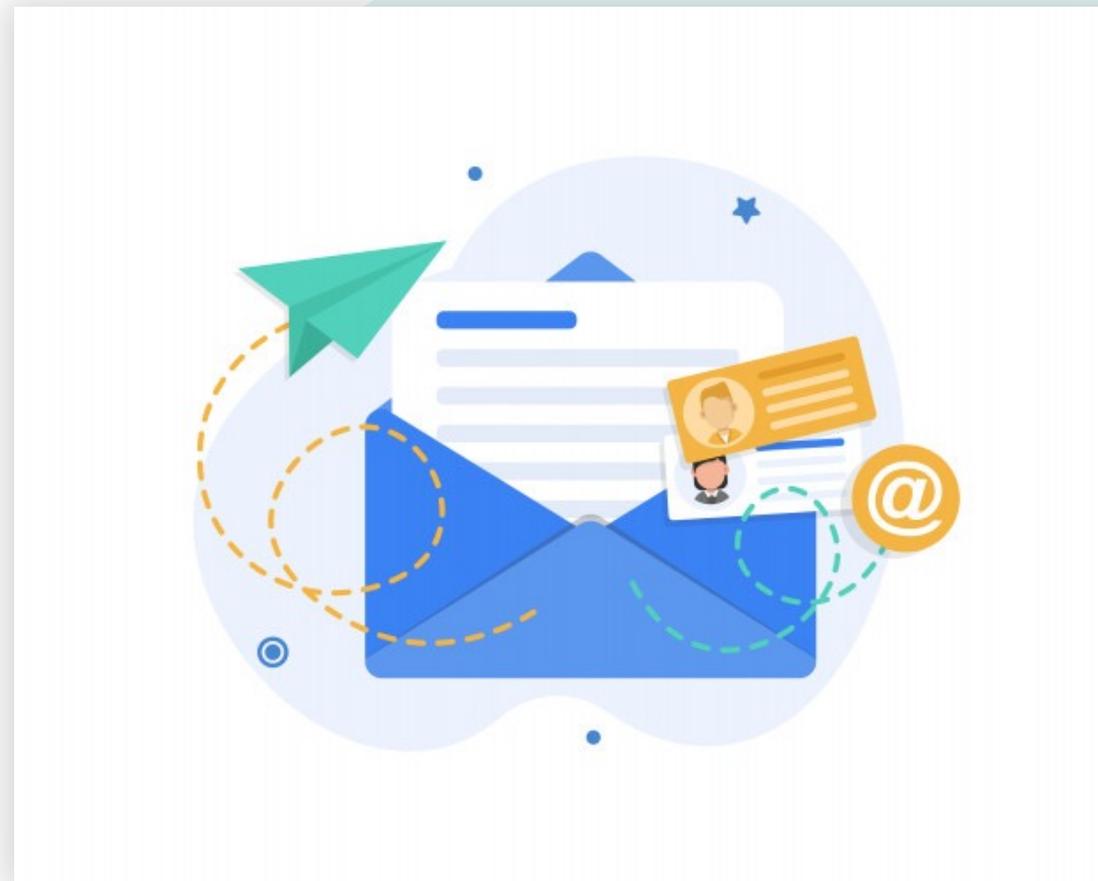
- **Afficher le nom de l'association** dans l'expéditeur du mail
- Ne pas **surcharger votre mail d'images**
- Ne pas mettre des images ou des pièces jointes trop lourdes dans le mail
(mail trop lourd = spam)
- Ne pas réaliser un **mail trop long** (le mail peut être tronqué)
- Maintenir **le ratio texte/image**
- Ajouter un pré-header pour avoir un aperçu du contenu de votre mail
- Ajouter un texte alternatif (balise alt) sur l'image
- Optimisez l'objet de votre mail – **ne pas faire de fausses promesses, éviter les « spams words, < 30 caractères »**
- Dans le contenu du mail, éviter les « spams words »
- Proposer un mail responsive
- Eviter d'ajouter des liens externes (un domaine externe peut être blacklisté)
-> SPAM

Exemple de spam words

Les termes marketing en général		
Publicité	Marketing Internet	Ventes
Cliquez ici	Marketing	Soldes
Cliquez ci-dessous	Solutions marketing	Listes des moteurs de recherche
Cliquez pour annuler	Membre	Moteurs de recherche
Email direct	Plus de trafic web	Inscrivez-vous
Marketing direct	Pas un spam	Ce n'est pas un spam
Email marketing	Marketing online	Désinscription
Formulaire	Ouvrez	Désinscrivez-vous
Augmentez vos ventes	Opt in	Visitez notre site web
Augmentez votre trafic	Performance	Trafic web

Comment concevoir votre mail ?

- **60% de texte / 40% d'image**
- **Message concis et clair**
- **Mettre des CTA (Boutons) : *+18% de taux de clic***
- **Se mettre à la place des destinataires**



La réaction de vos destinataires

- **Gardez un œil sur l'évolution du :**
 - Taux d'ouverture
 - Le nombre de désabonnement

Si vos destinataires n'ouvrent pas votre mail, les services de messageries **pourront décider de ne plus délivrer les mails** des prochaines campagnes.

Pour assurer un bon taux d'ouverture :

- **Segmentez votre base de contact** : personnaliser le contenu de vos mails selon les centres d'intérêts et les besoins de votre cible (une mailing liste avec 8 000 destinataires n'a peu de sens)
- **Questionner votre cible sur ses besoins et ses attentes**
- **Tester ! A/B testing**



UNE CIBLE = UN MESSAGE

Un message pertinent = meilleur taux d'ouverture + meilleur taux de clic

Exemple : **Inciter vos membres à cotiser pour l'association**



Les membres engagés
(Score >10)



Les membres en activité



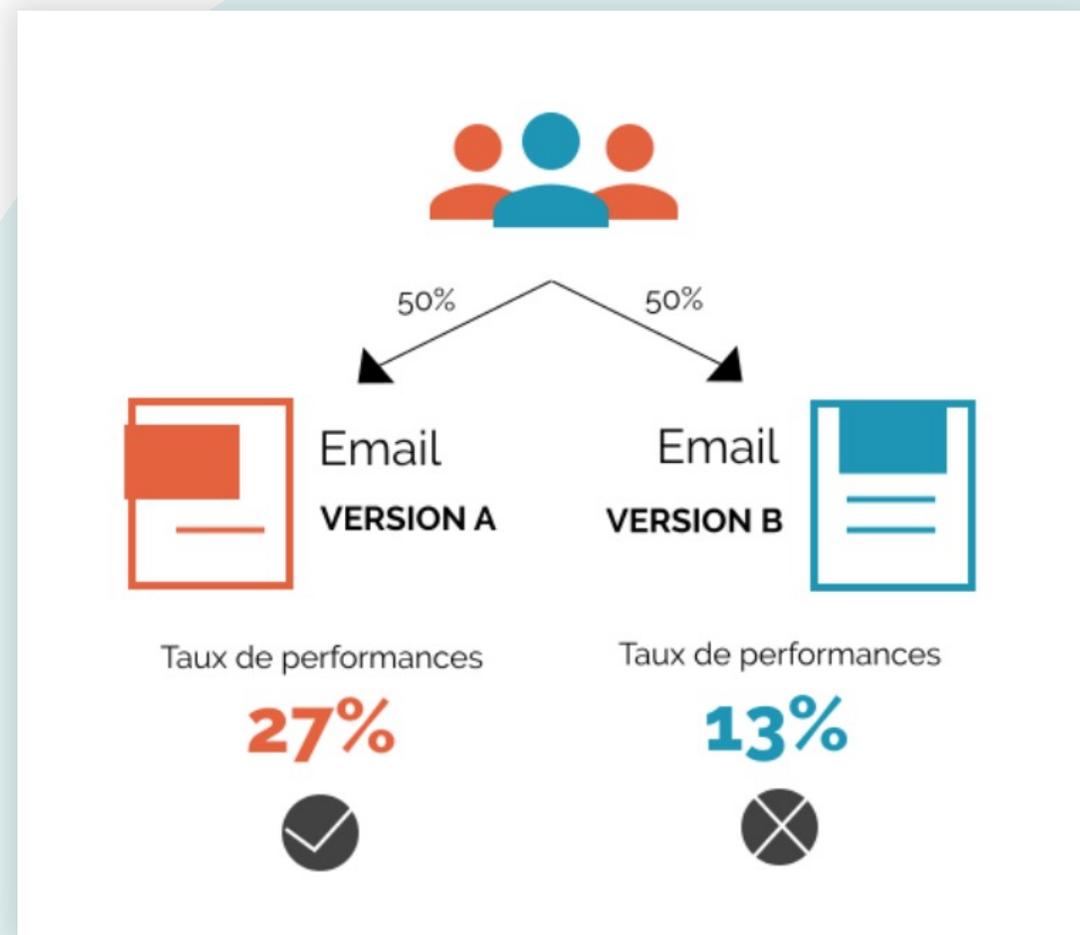
Les membres sans activité



Les retraités

Tout ! **mais pas en même temps.**

- **Heure d'envoi / Jour d'envoi**
- **Objet**
- **Images**
- **Structure**
- **Texte**



Avant d'envoyer votre mail...

Mail tester

<https://www.mail-tester.com/>

Assurez la délivrabilité de votre mail

- Vérification du contenu du mail
- Vérification et score du SpamAssassin (filtre anti-spam)
- Vérification de l'authentification (SPF, DKIM, DMARC)
- Vérification du formatage de l'email
- Vérification des blacklists sur le serveur
- Vérification des liens brisés dans le mail

En dessous de 7/10 = Fort risque de SPAM

The screenshot displays the Mail Tester interface. At the top, it says "Ouah ! Parfait, vous pouvez envoyer" (Wow! Perfect, you can send). Below that, it shows "Votre note : 10/10" (Your score: 10/10). The background features a boat on the water with seagulls. The email details are as follows:

- Subject: [Newsletter] Le Club Utilisateur... c'est dans 2 semaines !
- From: Netanswer <info@netanswer.fr>
- Rebound address: mailerror@netanswer.fr

The email content is shown in HTML format, featuring a promotional graphic for "21e INSCRIVEZ-VOUS AUX ATELIERS !" (21st REGISTER FOR THE WORKSHOPS!). Below the graphic, it says "Le Club Utilisateur... c'est dans 2 semaines !" (The User Club... it's in 2 weeks!).

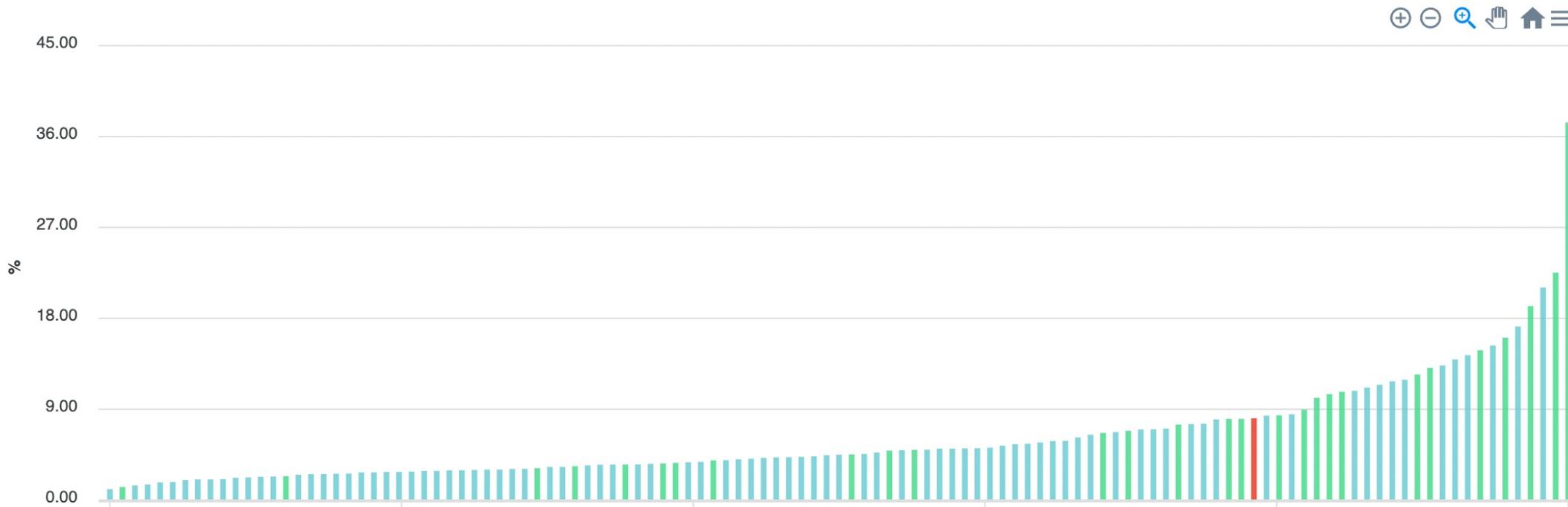
The bottom section shows a list of checks with green checkmarks indicating they all passed:

- SpamAssassin vous aime
- Vous êtes parfaitement authentifié
- Votre message est sain et bien formaté
- Votre serveur n'est pas blacklisté
- Nous n'avons trouvé aucun lien brisé dans votre message

The final score is "Votre joli total : 10/10".

Taux de clics des mails

i Moyenne des taux de clic sur les mails envoyés sur les 365 derniers jours



Ce qu'il faut
retenir...



A large teal circle on the left side of the slide, with a light blue arrow pointing from its right edge towards the right side of the slide. The arrow is a wide, light blue shape that tapers slightly as it points right.

Questions ?