

LES LOIS DE LA DÉSINSCRIPTION

EN EMAIL MARKETING

Qu'est-ce qu'un bon taux de désinscription ?



> 0,5%



< 0,2%



1 - Rapidement, tu agiras

Idéalement, une demande de désinscription est prise en compte de façon immédiate.



2 - La simplicité, tu choisiras

Le mieux est l'ennemi du bien. En matière de désinscription, il faut être simple et transparent.



3 - Le lien, tu afficheras

Le lien de désinscription doit être visible et inclus dans toutes vos communications par email.



4 - Le process, tu écourteras

Visez le moins de clics possible : 1 idéalement, 2 si vous avez mis en place un centre de préférences ou demandez la confirmation de l'adresse email.



5 - Patient, tu seras

Vous pouvez demander à vos désinscrits tout ce que vous voulez, mais après avoir honoré leur requête !



6 - L'email de conf, tu zapperas

Confirmez la désinscription sur une page de confirmation, pas par email !



7 - Le choix, tu donneras

Tout espoir n'est pas perdu, et vous pouvez proposer à vos contacts une alternative. Plusieurs options sont envisageables : voir les points 8, 9 et 10.



8 - La réinscription, tu proposeras

Simplifiez le processus de réabonnement en proposant l'option dès la page de confirmation de désinscription.



9 - Les préférences, tu sonderas

Laissez à vos contacts la possibilité d'adapter les contenus qu'ils reçoivent plutôt que de se désabonner.



10 - Une alternative, tu suggèreras

Un contact qui se désabonne ne veut pas nécessairement couper tous les ponts : proposez-lui de vous suivre sur les réseaux sociaux !