

Les codes informatiques et les infolettres : combiner les deux pour optimiser son marketing?

Dans le cadre d'une infolettre, vous devez savoir accrocher votre lecteur, les internautes qui vous liront devront avoir envie de vous lire. C'est ce qui permet de vous démarquer des concurrents qui distribuent aussi des courriels d'infolettres. Mais pourtant, avoir un beau contenu n'est pas tout! Vous devez aussi disposer judicieusement des images, des styles de votre texte (polices de caractère), puis avoir un bon logiciel d'infolettres pour avoir des styles les plus présentables à vos interlocuteurs.

Il peut arriver un temps où vous aimerez aller plus loin dans la personnalisation de vos courriels. Mais comment faire? Vous aurez certainement des manipulations à faire dans les styles prédéfinis. Avant de pouvoir créer votre propre style, il vaut mieux commencer par calquer un modèle libre de droit pour le modifier et le faire correspondre avec votre propre image de marque. Ceci demande du travail surtout si vous débutez dans la création de modèles d'infolettres.

Quand un créateur d'infolettres désire avoir le plein contrôle sur ce qu'il publie, il lui est recommandé d'apprendre au moins des [bases des codes informatiques](#). Si une terminologie réunit bien plusieurs codes informatiques, il s'agit de la terminologie dite HTML. [Le HTML est un peu la base](#) à la base des codes informatiques plus poussés tels que [les codes PHP](#) (partie intégrante de WordPress) et Javascript. C'est aussi une bonne base pour personnaliser des infolettres si vous avez déjà quelques notions puis que vous aimeriez les mettre en pratique. Avant d'avoir ces notions, un peu complexes, vous devez évidemment les apprendre, via une quelconque formation ou de façon autodidacte, en tout ou en partie.

Le marketing par infolettres et le HTML : quel lien peut être fait?

Pour vous, relier HTML et infolettre revient à utiliser le HTML non pour créer un site web ou monter des lignes de code hyper complexes dans le but de gérer un réseau de technologies de l'information; plutôt, vous allez maîtriser un compte de messagerie dit « open source » pour manier habilement le style entier d'un courriel et de ses envois aux différents contacts intéressés. Concrètement, vous pourrez créer des courriels plus personnalisés qu'en utilisant seulement un logiciel de messagerie où les modèles sont très peu personnalisables pour les personnes à l'œil plus aiguisé. Il est ensuite important d'avoir une excellente maîtrise du rendu, et de pouvoir le tester AVANT d'envoyer vos courriels. En effet, toute personne qui emploie la terminologie HTML et qui est soucieuse des résultats que verront les autres gens va impérativement vérifier le résultat AVANT la diffusion. Recevoir un courriel avec des caractères spéciaux mal placés et pratiquement illisibles est frustrant, d'autant plus que ce genre de

courriels se retrouve souvent à la corbeille. Il y a des façons de créer un courriel et d'en tester le visuel. Ces techniques de travail se trouvent [dans les cours de terminologie informatique de base](#). Apprendre ces notions peut paraître obscur si jamais vous ne connaissez rien à la terminologie. Par contre, c'est en mettant en pratique les notions à votre rythme que vous arriverez à maîtriser la terminologie.

HTML : ce que le HTML demande comme structure

Bien que la terminologie HTML soit bien simple pour un spécialiste des technologies de l'information, il y a bien des chances qu'une simple omission dans la structure d'un document HTML vienne le rendre inutilisable. [À quoi ressemble un document HTML?](#) Il s'agit d'une feuille où vous inscrivez les éléments terminologique requis et qui renvoie un résultat quand vous la rendez disponible à d'autres utilisateurs en ligne.

C'est important, rendre un document de ce type avec une structure précise. Par exemple, si vous placez ce qui devrait être à la première ligne du document à la dixième ligne, votre document, automatiquement, deviendra inutilisable, sauf si vous le corrigez par la suite et le remettez en ligne. Ce qui est tout de même plutôt choquant, surtout pour un projet d'envergure. C'est pourquoi nous conseillons, pour tous projets, de se doter d'une application ou d'un logiciel qui permet de tester le résultat avant de l'envoyer en ligne ou le rendre disponible à un groupe.

Les balises sont ce qui contrôle votre terminologie

Si la terminologie d'un document informatique était aussi malléable que le texte d'un roman ou d'un article de journal, il y aurait trop de risques que n'importe qui puisse publier absolument n'importe quoi et que n'importe qui puisse pirater un document. Le web serait une véritable cacophonie en quelque sorte! C'est pourquoi la structure du document, déjà mentionnée plus haut, est d'une assez haute importance.

Au début et à la fin de chaque ligne du document, vous devez placer des balises. Sans quoi, ce qui est contenu dans la ligne suivante et qui pour vous est quelque chose d'autre, pour le HTML, sera exactement la même ligne terminologique. Ou, pire, en omettant une balise, vous pourriez obtenir une partie de votre document qui sera illisible ou dont la présentation pourra être très étrange.

Chaque balise commence par « < » et se termine par « > ». C'est assez logique, puisque nous ouvrons le crochet pour mentionner quelque chose, et nous le quand notre propos est terminé. De la même façon, ce que nous appelons une « ligne codée » dans un document comprend une première balise en « <> » et se termine par une balise semblable, mais avec le caractère suivant « / ». Le caractère « /> signifie « terminé » en quelque sorte.

Les balises permettent aussi de définir un code qui s'insère dans le HTML. Par exemple, insérer un code Javascript (pour animer votre site web et le rendre présentable sur tous les appareils, autant les ordinateurs que les iPhones), vous insérerez une balise avant votre code Javascript, avec une

autre balise suivant ce code. Autrement, sans la balise de fin, votre animation ne sera pas prise en compte. Si ces quelques notions vous sont très peu familières, apprendre d'une de vos connaissances qui travaille en informatique ou qui connaît la terminologie HTML vous permettra de vous initier à ce monde un peu différent de l'écriture normale ou des mathématiques.

Pour en revenir aux infolettres, quand vous créez votre premier modèle, grâce au HTML, vous irez chercher une touche de personnalisation que vous n'aviez pas auparavant. En effet, parce que la terminologie HTML permet à elle seule de créer de façon presque illimitée, vous pourrez vous amuser avec vos premiers designs d'infolettres, mais il est recommandé de le faire à l'aide d'un « éditeur de code ». Le plus connu étant probablement [Visual Studio Code](#). Rendez vos infolettres attrayantes et collez-les à votre propre marque grâce à la terminologie HTML.

Bien dessiner un modèle d'infolettre pour bien la schématiser par la suite

Avoir un croquis, dessiner un plan de ce que vous aimeriez faire voir aux lecteurs de vos courriels, représente une méthode de travail couramment utilisée. Pourquoi les créateurs vont-ils, environ 90% du temps, construire un croquis, ou le faire construire, avant d'en écrire le contenu HTML? Pour la même raison, en fait, qu'un écrivain utilisera un plan avant d'écrire son prochain roman. Vous avez déjà [visuellement devant vous les éléments à mettre en place](#) pour votre visuel avant de vous aventurer dans la structure de ceux-ci à l'intérieur de votre éditeur de code. Puisque c'est une tâche difficile et assez abstraite à faire, monter un modèle d'infolettre à partir de HTML, mieux vaut avoir en tête déjà le résultat voulu pour votre premier chef-d'œuvre! En tant qu'artiste de l'infolettre, il est avantageux d'avoir sur papier un plan de votre infolettre, comme une entreprise de construction ne peut improviser la construction d'une maison. Construire une maison est toujours basé sur les plans d'un architecte, comme construire une infolettre est (presque) toujours basé sur le talent et l'habileté d'un graphiste.

De façon concrète, essayez de respecter le plus possible le plan qui vous est fourni. Autrement, vous risquez de dériver vers un contenu qui ne ressemble pas du tout à ce qui est recherché. De cette manière de travailler repose un risque : vous n'aurez pas produit ce que vous deviez produire, mais plutôt ce que vous aimeriez faire. Il y a une grande différence entre faire ce que l'on VEUT faire, et se limiter à ce que l'on PEUT faire, cela s'applique même dans les lettrines d'une infolettre. Ce que l'on veut produire comme résultat n'est pas nécessairement ce que le graphiste nous permet de faire, puisque chacun est le professionnel de son métier, comme le graphiste est le professionnel censé reconduire votre courriel vers une place de choix dans la boîte aux lettres virtuelle Outlook de vos clients!

La police de caractère fait vraiment une différence?

Il existe plus d'une centaine de polices de caractères toutes différentes que vous pouvez placer dans une infolettre. Autant vous aimerez avoir la bonne

police de caractère, autant elle sera difficile à trouver, cette police de caractère parfaite. Pourtant, est-ce que cela fera une vraie différence sur le rendu final, avoir une police de caractère à tout casser? Pour mettre tout cela au clair, il est important de se poser la question suivante : « Si j'avais mis une autre police, est-ce que cela aurait changé la perception de mes clients? » Si la réponse est non, c'est que votre police est bonne. Rien ne sert de perdre plusieurs jours à trouver une police de caractère parfaite, mais encore faut-il considérer que plusieurs autres choses peuvent être mises en place pour créer le courriel le meilleur possible.

Disposer vos paragraphes comme dans un tableau, permet de créer des textes à deux ou trois colonnes. Les images que vous allez présenter, rendez-les attrayantes et à propos! Vous gagnerez ainsi beaucoup plus de clients potentiels que si vos images ne sont pas tout-à-fait bien calibrées. Si elles sont trop sombres ou trop éclairées, les images ne permettent pas de faire valoir tout ce qu'elles peuvent délivrer comme message. Pour le web, il est vrai de dire qu'une image vaut mille mots.

Les lecteurs de votre infolettre liront en premier ce qu'ils voient, et non le texte en soi. Les gens peuvent lire un texte environ 15 secondes et s'y désintéresser si la présentation de celui-ci laisse à désirer, aussi attractif ce texte soit-il. Contrairement au roman, où le texte est l'essence même du succès, le texte sur le web repose sur l'image et le fait qu'on puisse saisir le contenu en lisant les deux ou trois premières lignes du texte et en regardant vite fait la mise en forme d'un courriel (par exemple). C'est en personnalisant votre courriel que vous arrivez à joindre votre public cible. Un modèle de courriel devrait se modeler au public qu'il veut aller chercher, aux futurs clients à qui il souhaite donner envie d'en savoir davantage. Malheureusement, aujourd'hui, plusieurs ignorent encore l'impact d'un bon et beau courriel!

Nous contacter:
Doussou Formation
Email: info@doussou-formation.com
<http://doussou-formation.com>

