

Vos pratiques e-mails et votre démarche RSE ne sont pas en phase ?

Alliez performances e-mails & numérique responsable !



Découvrez dans ce document

Comment...

Créer des messages légers,
conformes à l'accessibilité
numérique et mieux
délivrés

Optimiser durablement les
performances de vos
campagnes e-mail
marketing

2 infographies

Chiffres clés sur les
pratiques de l'e-mail
responsable en France en
2024 – Résultats
d'enquête

Les essentiels pour un
e-mail plus
« responsable »

5 cas concrets

Service d'Information du
Gouvernement

Agence du Numérique en
Santé

Keolis CIF

MAIF

Netatmo

Passez des problèmes aux solutions !



Manque d'inclusion numérique

Messages lourds pénalisant la délivrabilité

Consentements des contacts dispersés

Contenus décorrelés des attentes et valeurs

→ Inclusion & accessibilité numérique

→ Sobriété des messages e-mails

→ Gestion sécurisée des données

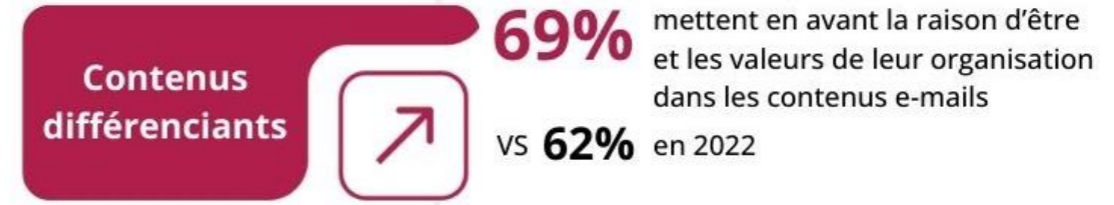
→ Contenus basés sur les valeurs

→ Respect des internautes et des consentements



Inspirez-vous de nos clients

E-mail responsable en France en 2024 – Résultats d'enquête



Les essentiels pour un email plus « responsable »

Une collecte raisonnée

Collectez uniquement les données dont vous avez besoin pour votre ciblage et personnalisation. Une base de données existe physiquement et est alimentée par l'électricité !



30 %

des informations contenues dans une base sont obsolètes après 1 an.

Une existence mesurée

Nettoyez régulièrement votre base de données. Vous agirez à la fois sur la réduction de son obsolescence ainsi que sur votre empreinte écologique liée à son stockage.



Le RGPD, votre allié

Dans une démarche de demande de consentements, la responsabilité, la confiance et la transparence sont les maîtres-mots pour le respect des individus et la durabilité de vos actions.



Les + du centre de préférences

Mis à la disposition de vos destinataires, il peut vous permettre de déterminer le meilleur média de communication, d'adapter la fréquence et personnaliser le contenu.

Pour un contenu engagé

L'importance des mots dans votre démarche !

Partagez vos valeurs

Rappelez vos valeurs et le "Pourquoi" de votre existence. Pour renforcer votre promesse, valorisez vos actions éthiques (course pour une cause, nettoyage des plages, parrainage,...)



Un peu de pédagogie

Profitez de la fin de votre email en ajoutant une mention de suppression du message à la fin de son utilisation ultime.



Pour une démarche encore plus durable

Agrandissez votre démarche et travaillez sur toute la chaîne de production et de réalisation en sélectionnant des partenaires ayant les mêmes valeurs que vous.

Les essentiels pour un email plus « responsable »

La clarté de l'ergonomie

La méthode du LESS débute par l'ergonomie ainsi que le nombre d'informations transmises dans votre message. Faites simple, optimisez l'espace, allégez votre contenu pour, in fine, une meilleure lisibilité de votre promesse.



Des couleurs à l'honneur

Chaque couleur a son propre impact. Soyez attentif dans leur usage. Le blanc est par exemple la couleur à l'impact carbone le plus élevé, suivie du bleu puis du rouge et du vert.



Le poids des images

Soyez pertinent dans le choix de vos images et surtout dans leurs dimensions. Plus elles sont conséquentes, plus elles demandent des ressources lors du téléchargement.



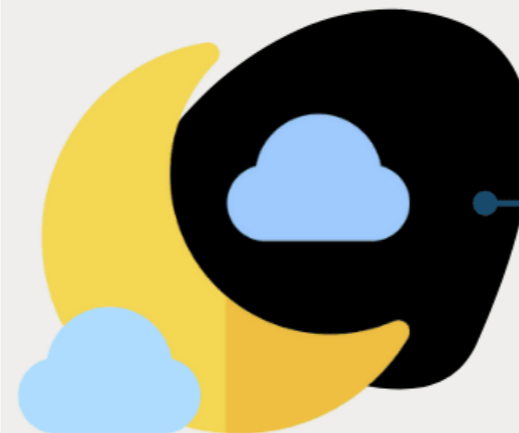
La vidéo pas si digeste

La vidéo et les éléments liés au Motion Design sollicitent des ressources. Pour être malin, pensez à limiter le temps de la vidéo ou le poids / la définition des images.

Codez léger

Sur le même principe que le design, conservez uniquement le code utile. Exit les zones de commentaires et simplifiez sa structure.

HTML



Le Dark Mode

Au-delà de l'aspect design, l'usage du dark mode permet d'économiser près de 80% de la batterie de votre destinataire grâce à la non-illumination des pixels du support de lecture.

Tout pour l'inclusion

Ajouter l'accessibilité numérique dans votre démarche permet aussi d'avoir un tout autre angle de vue et ainsi répondre à la grande majorité de votre audience.





GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

→ Objectifs

Faire un état des lieux de toutes les maquettes emails réalisées par le SIG afin de **rendre accessible l'ensemble de ses messages**.

Intégration des bonnes pratiques en matière **d'accessibilité numérique** concernant la structure, l'ergonomie et le design **des messages**, le tout en limitant **l'impact carbone** des envois e-mails.

→ Résultats

Intégration des standards d'**accessibilité numérique** dans tous les e-mails.

Jusqu'à **87%** de taux de réactivité email.

Hausse des taux d'aboutis et d'ouverture.



« Ces nouveaux templates capitalisent sur notre travail avec le Système de Design de proposer aux citoyens des interfaces harmonisées qui garantissent une accessibilité pour tous les citoyens. Dolist a su nous conseiller pour le cas spécifique d'accessibilité des e-mails, et notamment par sa gestion du dark mode. »

Missak – Chef du département numérique

→ Objectifs

Garantir **unité et harmonie dans le design** des campagnes.

Intégrer une **démarche sociétale** aux communications e-mails.

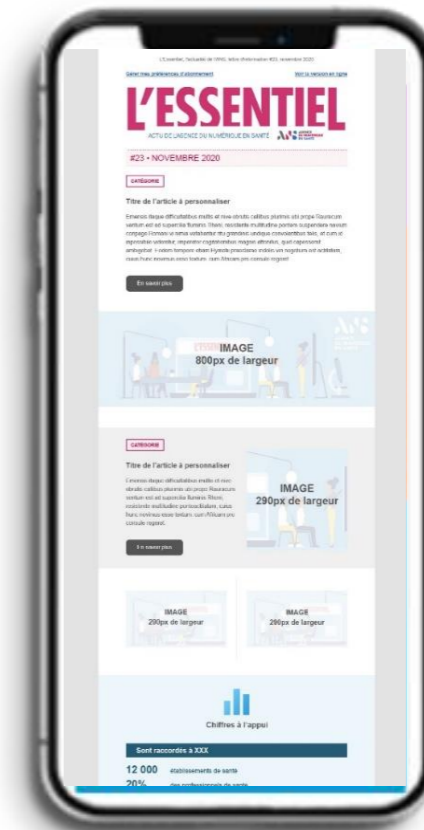
Proposer des e-mails **lisibles et compréhensibles pour tous**, sans exception.

→ Résultats

Un **gabarit réutilisable et adaptable** facilement par l'ensemble des collaborateurs opérationnels de l'ANS.

Une amélioration de **l'ergonomie et de la lisibilité**.

Un **template accessible** diffusé tous les mois avec un fil conducteur visuel qui répond aux attentes du lectorat, à la législation française mais aussi à l'ADN de l'Agence du Numérique de Santé.



« Ce nouveau template de newsletter répond complètement à notre souci de cohérence et d'uniformisation de nos communications externes. Au-delà de respecter notre charte graphique, son interface d'utilisation est intuitive, très modulable et ergonomique, et garantit à terme, la lisibilité du contenu et une esthétique très satisfaisante. Aussi, les équipes Dolist ont su démontrer une réactivité sans faille pour s'adapter à nos besoins et exigences. »

Julie - Responsable communication



→ Objectifs

Collecter des nouveaux contacts qualifiés grâce à un programme e-mail personnalisable.

Proposer une **approche relationnelle et fidélisante** avec un programme e-mail régulier et utiles, dont les contenus sont en accord avec les **attentes des contacts**.

→ Résultats

Augmentation du nombre de nouveaux contacts avec un programme e-mail utile.

Optimisation de la gestion optimisée des **consentements** en conformité avec le RGPD.

Plus de 49% d'ouvres pour l'e-mail de bienvenue.



« Keolis CIF a fait appel à Dolist afin de centraliser ses données et permettre ainsi une meilleure connaissance client. Acteur majeur du transport de voyageurs en Ile-de-France (+20 millions de personnes concernées), Keolis CIF a également développé, avec l'aide de Dolist, l'acquisition de contacts et la fidélisation de ses clients en automatisant des campagnes de Trigger Marketing. Ce dispositif a d'ailleurs été étendu en suivant à toutes les filiales Keolis Ile-de-France. »

Service Communication & Relation client



→ Objectifs

Associer l'amélioration des pratiques e-mails de la MAIF avec ses **actions RSE** pour une meilleure adéquation.

Intégrer des **bonnes pratiques design et technique du numérique responsable** : structure et ergonomie, Dark mode, accessibilité numérique et éco-conception.

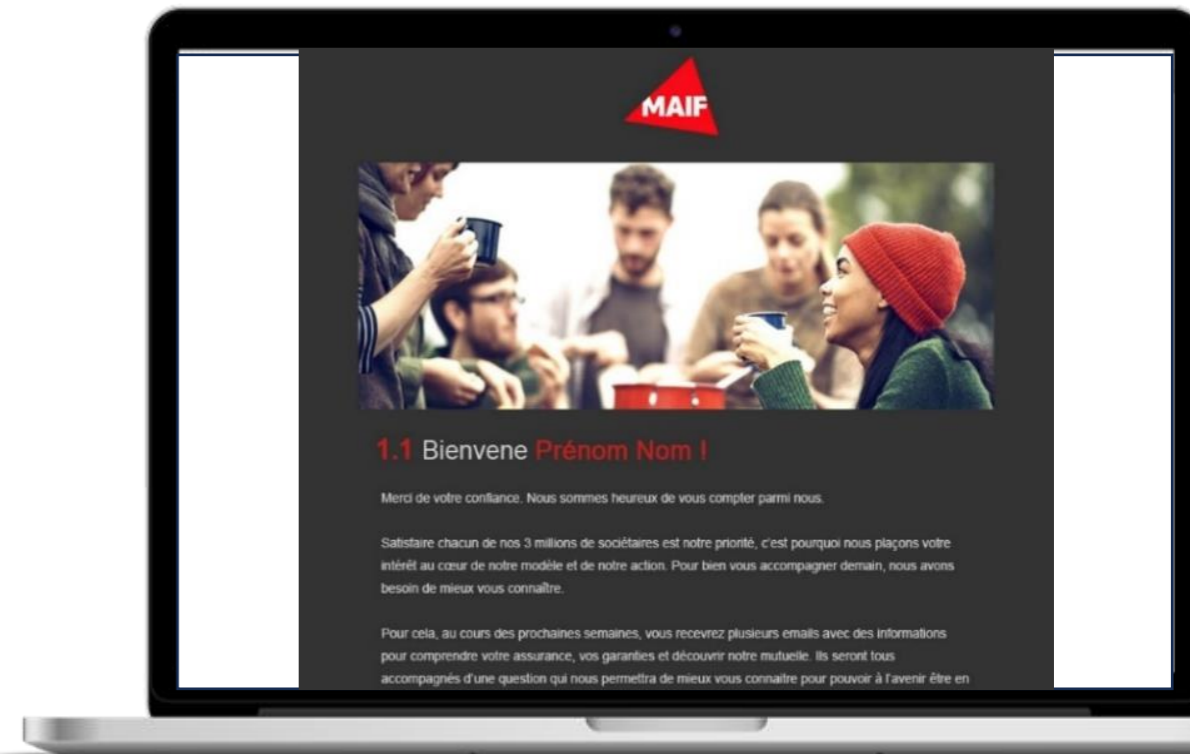
→ Résultats

Des **campagnes plus sobres et inclusives** avec des contenus adaptés aux attentes des contacts.

Progression significative des taux d'ouverture et de réactivité.

Amélioration de la connaissance client.

Personnalisation dynamique avec des contenus spécifiques.



« Avec Dolist, nous avons co-construit un programme destiné à nos nouveaux sociétaires avec des communications de qualité. L'accompagnement proposé par l'Agence fait preuve d'expertise, d'écoute et de proactivité lors de la création de ce programme qui allie captation de données, éditorial, tout cela dans une approche personnalisée et relationnelle. Ils ont délivré des e-mails modernes, impactant et performants. »

Benoit - Marketing Opérationnel



→ Objectifs

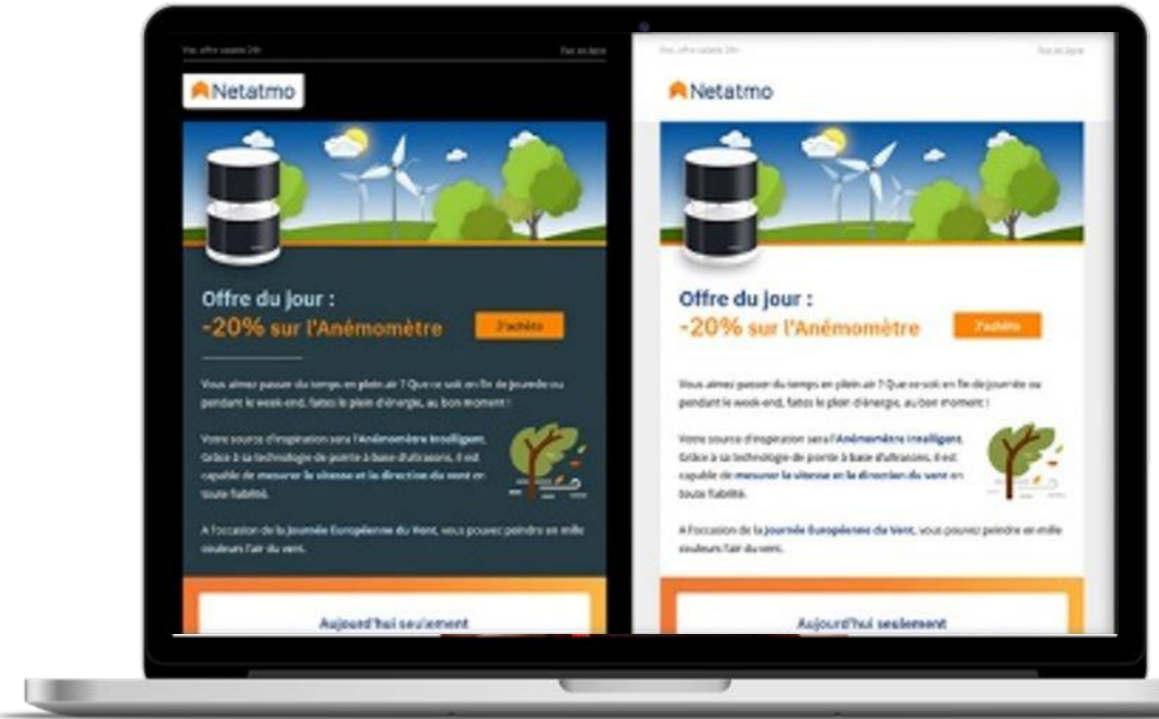
Produire **une conception technique et graphique responsable** des emails, en cohérence avec la promesse des messages.

→ Résultats

Taux d'ouverture dépassant les 40%.

Une **forte adhésion du lectorat** avec une réactivité plus élevée que les campagnes précédentes et sans aucune remontée d'indicateurs négatifs (désabonnements ou plaintes).

Une **approche globale respectueuse et cohérente** favorisant l'engagement et la relation client



« Nous travaillons avec l'équipe Design Dolist depuis plus d'un an et nous en sommes très satisfaits. Nous co-construisons, ensemble et au quotidien, des communications de qualité, via email et in app news, à destination de notre base clients et de nos prospects. L'équipe du Studio Dolist fait preuve d'écoute, de proactivité et de conseils. Ils ont délivré des emails modernes, impactants et performants . »

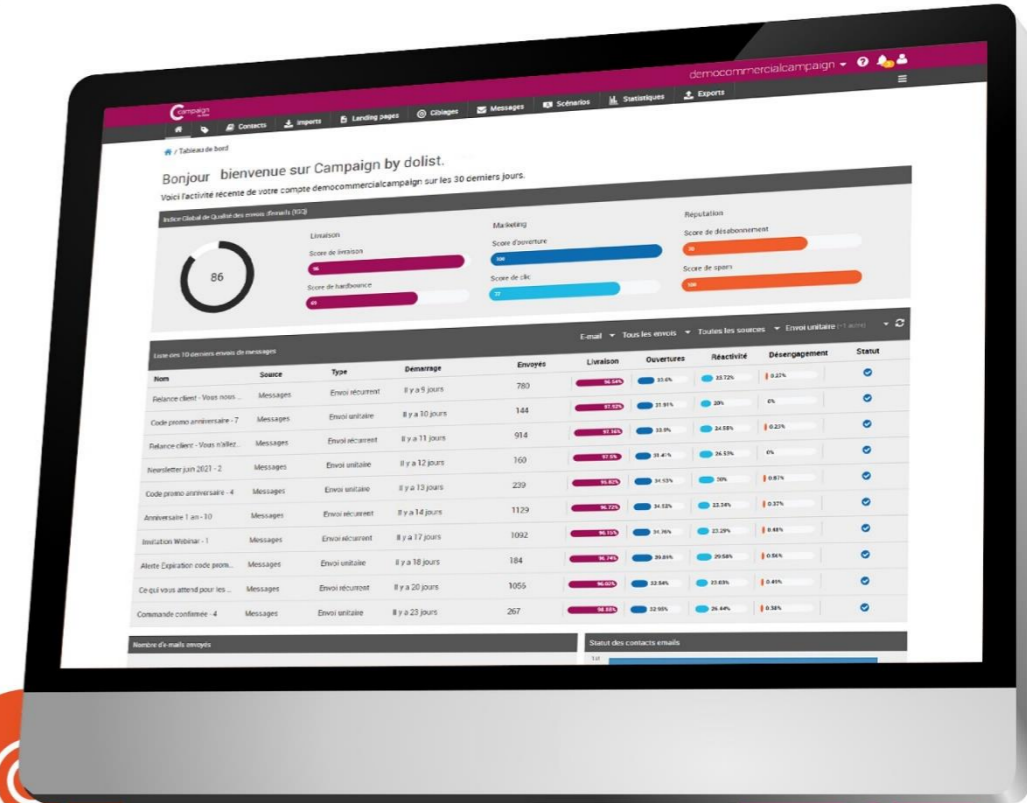
Florie - Lead DATA & CRM



La plateforme E-mail & SMS pour Marketing & transactionnel

- ➔ Solution made in France
- ➔ Pro-délivrabilité & sécurité
- ➔ Souveraineté des données
- ➔ Démarche numérique responsable
- ➔ Accompagnement Marketing & technique

Découvrir Campaign



À propos de Dolist

Créée en 2000, Dolist propose des **solutions SaaS de routage & de conception e-mail/SMS**, sécurisées, compatibles RGPD et "made in France" :

- **Campaign** : la plateforme d'activation e-mail/SMS pour tous les types d'envoi : transactionnels, marketing, automation, notifications.
- **Welkom Editor** : un email builder collaboratif pour la conception de messages optimisés Responsive, délivrabilité et accessibilité.

Dolist propose en parallèle des **services d'accompagnement spécialisés** : connectivité API/Data, délivrabilité, Studio Tech & Design, conseil, numérique responsable, formations, Customer Success Management.

L'ensemble de ses solutions vise à guider ses clients **vers une communication plus responsable, inclusive et pertinente.**

Informations et actualités : www.dolist.com

Contactez-nous

Standard : +33 (0)5 57 26 25 70

E-mail : info@dolist.com