



HubSpot

# Modèle d'e-mails commerciaux

Un panel de modèles pour rédiger des e-mails réussis,  
percutants et adaptés à chaque situation



# Table des matières

<b>Chapitre 1</b> .....	<b>3</b>
Les bonnes pratiques pour rédiger un e-mail de prospection	
<b>Chapitre 2</b> .....	<b>10</b>
Modèles d'e-mails de prospection commerciale	
<b>Chapitre 3</b> .....	<b>35</b>
Modèles d'e-mails de relance prospect	
<b>Chapitre 4</b> .....	<b>45</b>
Modèles d'e-mails d'absence	
<b>Chapitre 5</b> .....	<b>51</b>
Modèles d'e-mails de fidélisation et de reconquête du client	
<b>Chapitre 6</b> .....	<b>55</b>
BONUS	

## Chapitre 1

# Les bonnes pratiques pour rédiger un e-mail de prospection

# 1. Un objet percutant

---

L'objet est la première chose que votre destinataire va découvrir avant d'ouvrir votre e-mail.

**Rendez votre objet unique. Il doit interpeller votre destinataire afin de susciter chez lui l'envie d'en savoir plus.**

Soyez concis avec un objet clair lui permettant de connaître le sujet de votre e-mail. Ne trompez pas votre destinataire avec un objet qui n'a pas de sens ou qui l'induit en erreur sur le contenu.

Essayez de personnaliser au maximum votre objet en intégrant le prénom de votre interlocuteur, par exemple. Cela crée déjà un sentiment de proximité avec ce dernier. Utilisez des verbes d'action si vous le pouvez. Ces derniers incitent le lecteur à ouvrir le mail et à se projeter si vous lui faites une offre dans l'objet.

# 2. Définir son interlocuteur

---

Si vous en avez la possibilité, recherchez l'interlocuteur précis de votre e-mail afin d'avoir son adresse. **Ainsi, votre e-mail prendra toute sa valeur s'il est adressé à une personne en particulier et non à un service.**

Un destinataire apprécie toujours de lire un envoi qui lui est destiné personnellement, plutôt qu'un e-mail non personnalisé.

Avoir le bon destinataire vous permet ainsi de perdre moins de temps et d'optimiser l'envoi de vos e-mails.

## 3. Améliorer l'aperçu du texte

---

Dernier élément avant l'ouverture de l'e-mail : la phrase affichée tout de suite après votre objet. **C'est cette phrase que vous devez optimiser afin de mettre toutes les chances de votre côté. Cette phrase se doit d'être accrocheuse et personnalisée.** Elle doit inciter le destinataire à ouvrir l'e-mail.

Si le texte qui suit l'objet est composé d'une suite de chiffre ou d'un début de phrase sans fin, votre destinataire n'aura certainement pas l'envie d'aller plus loin et votre e-mail passera peut-être directement dans la corbeille.

L'aperçu du texte est donc capital. Il a la même valeur qu'une méta-description pour séduire les internautes à cliquer. Vous devez travailler votre phrase afin qu'elle soit séduisante, concise et soignée.

## 4. Conserver le design de l'entreprise

---

**Lorsque vous envoyez un e-mail, faites en sorte que vos e-mails soient cohérents avec votre marque ou votre entreprise.** Respecter la mise en page de vos e-mails, la charte graphique, les couleurs, le ton de vos textes.

Votre destinataire doit pouvoir vous reconnaître en ouvrant l'e-mail, sans même le lire. Il s'agit en quelque sorte de votre marque de fabrique.

Optez pour l'utilisation de modèles d'e-mails. Cela vous fera gagner énormément de temps et cela vous permettra d'uniformiser les envois au sein de votre entreprise. Des modèles simples sont beaucoup plus efficaces que des modèles sophistiqués. Les e-mails trop surchargés en données mettent plus de temps à s'afficher.

## 5. Personnaliser le contenu

---

Il est essentiel pour capter l'attention de votre destinataire de lui envoyer un e-mail avec un contenu personnalisé. Essayez au maximum de vous adresser à la personne par son prénom ou son nom.

Si vous avez partagé un évènement commun, n'hésitez pas à le lui rappeler. Cela crée directement une sensation de confort, de mise en confiance et cela montre que vous connaissez votre interlocuteur, qu'il ne s'agit pas d'un e-mail standard envoyé à une série de contacts.

Un interlocuteur est toujours plus enclin à cliquer sur une offre ou à se laisser séduire par un produit lorsque l'e-mail est personnalisé.

## 6. Différencier les contacts

---

Afin d'optimiser au mieux vos e-mails, vous pouvez également procéder à ce que l'on appelle la **segmentation des contacts**. Vous différenciez simplement chacun de vos contacts ou groupes de contacts suivant certains critères.

Ces critères peuvent être :

- l'intérêt qu'ils portent aux contenus que vous leur adressez,
- à la place qu'ils occupent dans votre entonnoir de vente, à un moment précis,
- la cible qu'ils représentent (adolescents, adultes, quaranténaires, etc.),
- au degré d'engagement à votre marque ou à vos produits,
- à leurs achats passés.

En segmentant vos contacts, vous aurez la possibilité de cibler plus efficacement vos e-mails et de parvenir à un meilleur taux d'ouverture.

## 7. Donner de la valeur à l'e-mail

---

Une fois que votre destinataire a ouvert l'e-mail, vous devez tenir la promesse de votre objet. En effet, **votre e-mail doit être construit de façon à ce que votre interlocuteur puisse avoir connaissance des tenants et des aboutissants.**

Si vous lui exposez une offre, faites-en sorte que celle-ci soit claire et précise. Si vous exposez un problème qu'il rencontre, proposez-lui tout de suite après une solution opportune résolvant ledit problème.

Donnez à votre destinataire des arguments sur lesquels se baser pour apprécier votre offre. N'hésitez pas également à lui exposer des chiffres, ces derniers sont toujours très parlants. **Faites de votre e-mail une offre séduisante, simple et compréhensible.**



## 8. Primer sur la qualité

---

**Veillez toujours à garder en tête que la qualité prime toujours sur la quantité.** Un prospect sera toujours plus disposé à passer à l'acte d'achat avec le contenu qualitatif, mais rare que vous lui apportez, plutôt que d'être harcelé sans arrêt par des e-mails intempestifs.

Préférez l'envoi de 5 e-mails qualitatifs, bien conçus et séduisants, que 10 e-mails totalement dépourvus de contenu qui fera fuir votre destinataire pour toujours.

Pensez donc à valoriser les contenus de vos envois en apportant toujours de la valeur à vos destinataires.

## 9. Insérer un call to action

---

Maintenant que votre contenu a été lu, que votre offre a été exposée au destinataire, veillez à insérer un call to action dans votre e-mail.

C'est là tout l'intérêt d'un e-mail avec un contenu qualitatif. Vous séduisez votre destinataire, vous le sollicitez pour qu'il ait envie d'en savoir plus et vous insérez ensuite dans votre e-mail un call to action sous forme de bouton.

Le texte de votre bouton doit être court et inclure un verbe d'action, par exemple "Téléchargez l'ebook" ou "Inscrivez-vous dès maintenant".

**Avec le texte de votre bouton, essayez en quelques mots de déclencher chez votre destinataire un besoin, une envie de ne pas passer à côté de quelque chose.**

## 10. Utiliser des images

---

Si vous avez un ou deux visuels à insérer dans votre e-mail afin de le compléter, n'hésitez pas à le faire, comme par exemple une photo d'un événement passé, la couverture d'un ebook, etc. Une image permet souvent d'aérer le texte et facilite finalement la lecture. Veillez à la compresser afin de réduire son volume.

A contrario, ne surchargez pas votre texte de plus de 2 images. Certaines messageries sont parfois programmées pour bloquer certaines images dans les e-mails.

## 11. Ajouter des liens de partage

---

Les liens de partage permettent à votre destinataire de partager votre e-mail à l'ensemble de ses contacts sur les réseaux sociaux. C'est là une belle opportunité pour la marque ou l'entreprise de se faire connaître ou de faire connaître son offre.

N'hésitez pas à insérer ces liens de partage qui sont très souvent utilisés par les lecteurs.

## 12. Faire des analyses régulières

---

La dernière étape qui clôture l'optimisation de vos e-mails est l'analyse. En effet, une fois vos e-mails envoyés, vous devez ensuite faire des analyses régulières sur les résultats apportés par ces envois. **Observez les statistiques de vos e-mails qui ont été ouverts, lus et non lus. Pour ce faire, vous pouvez opter pour un outil d'e-mail tracking.**

Le but de ces analyses est de voir si vos e-mails ont suscité de l'intérêt de la part des lecteurs et surtout d'observer ce qui fonctionne et ne fonctionne pas.

Ensuite, vous pourrez ajuster ou changer votre façon de faire.

## Chapitre 2

# Modèles d'e-mails de prospection commerciale

L'e-mail est devenu l'un des outils les plus utilisés en technique de prospection. Il est rapide à faire, s'envoie en un quart de seconde et surtout il est gratuit. Cela en fait une arme redoutable pour attirer les prospects ou fidéliser les clients à condition de savoir rédiger correctement les contenus qui s'y trouvent. Voici des modèles qui pourront vous permettre de prospecter et de fidéliser au mieux vos clients.

## Modèle 1

# Mentionner les réussites d'un prospect



À: dominique Cc Ccl

**Objet: Avez-vous un moment pour échanger ?**

Bonjour,

Je me permets de vous contacter, car je travaille dans le domaine de **l'environnement** et je suis en veille régulière sur les nouvelles liées à ce secteur.

J'ai récemment appris que vous aviez **été promu au titre de directeur commercial de la société ENVIRONNEMENT 1215**. Félicitations !

Nous avons aidé récemment **l'actuel directeur commercial de la société ENVIRONNEMENT 1215** à prendre facilement les rênes de ses nouvelles fonctions, sans utiliser les techniques classiques du marketing. N'hésitez pas à consulter notre site internet ainsi que **nos dernières interventions auprès de dirigeants d'entreprises (lien vers le site web)**. Si cela vous intéresse, nous pouvons programmer un rendez-vous téléphonique à votre convenance **(lien vers l'outil de prise de rendez-vous)**.

Cordialement.

Envoyer | 

## Modèle 2

# Relancer un prospect avec un outil gratuit

À: **camille** Cc Ccl

**Objet : Outil gratuit de *suivi de comptabilité* spécialement créé pour vous**

Bonjour **Camille**,

Je fais suite à notre dernier échange et vous prie de trouver ci-dessous un outil gratuit qui sans doute pourra vous intéresser. Il s'agit d'**un outil de suivi de comptabilité** que j'ai créé spécialement pour vous et qui vous aidera **à mieux gérer votre suivi de facturation**. Ainsi, vous pourrez comprendre **les failles de votre ancien système** et cela vous aidera certainement à trouver des solutions plus adéquates. Vous pouvez cliquer juste ici pour utiliser ce nouvel outil gratuit : **(lien)**.

Lors de notre prochain entretien, nous pourrons discuter de vos impressions et de vos besoins.

Voici mon calendrier **(lien vers l'outil de prise de rendez-vous)** afin que nous puissions convenir d'un rendez-vous.

Cordialement.

**Envoyer** |         

## Modèle 3

# Inviter un directeur / responsable à une conférence

À: **camille** Cc Ccl

**Objet : Invitation conférence du vendredi 24 avril 2022**

Bonjour **Camille**,

J'espère que vous allez bien.

La conférence **du mois dernier** a été un grand succès. Elle a attiré des intervenants de renom avec plus de **1 000** participants et de nombreux journalistes.

Voici en pièce jointe la vidéo des meilleurs moments (**lien**).

Nous serions ravis de vous voir assister à la prochaine conférence qui aura lieu le **vendredi 24 avril 2022**. J'espère que nous aurons le plaisir de vous compter parmi nous.

À bientôt.

**Envoyer** |         

## Modèle 4

# Inviter un prospect pour intervenir à une conférence

À: frederique Cc Ccl

**Objet: Votre intervention à notre conférence du vendredi 24 avril 2022 ?**

Bonjour **Frédérique**,

Comme vous le savez, notre conférence annuelle destinée aux **fondateurs de start-ups** aura lieu **le 24 avril 2022** et nous serions ravis de votre présence et de votre participation.

Cet évènement est toujours un grand succès et pas moins de **500** personnes seront présentes. Nous estimons plus qu'important que vous puissiez partager votre expérience à nos invités. Vous en retirerez bien sûr certains avantages :

1. Le recrutement : les personnes qui assistent à notre conférence sont très motivées et ont soif de connaissances. Nous serons ravis de publier sur notre site la liste des postes vacants dans votre entreprise et de la diffuser par e-mail auprès de notre vaste base de contacts.
2. La publicité : notre blog compte de nombreux abonnés. Nous rédigerons un article à votre sujet qui sera lu par des centaines de milliers d'utilisateurs. Des reporters spécialisés dans le secteur **de la haute technologie** seront également présents. Pour la conférence de l'année dernière, nous sommes apparus dans diverses publications.
3. Le divertissement : avant la conférence, nous organisons un dîner pour les intervenants passés et à venir. Le dîner offre un cadre idéal pour rencontrer d'autres entrepreneurs: voici la liste de nos invités. Votre présence serait un honneur pour nous et nous ferons en sorte que cet évènement vous soit également plus que bénéfique.

Si vous voulez en savoir plus, n'hésitez pas à regarder la vidéo des meilleurs moments de la dernière conférence (**lien vers la vidéo**).

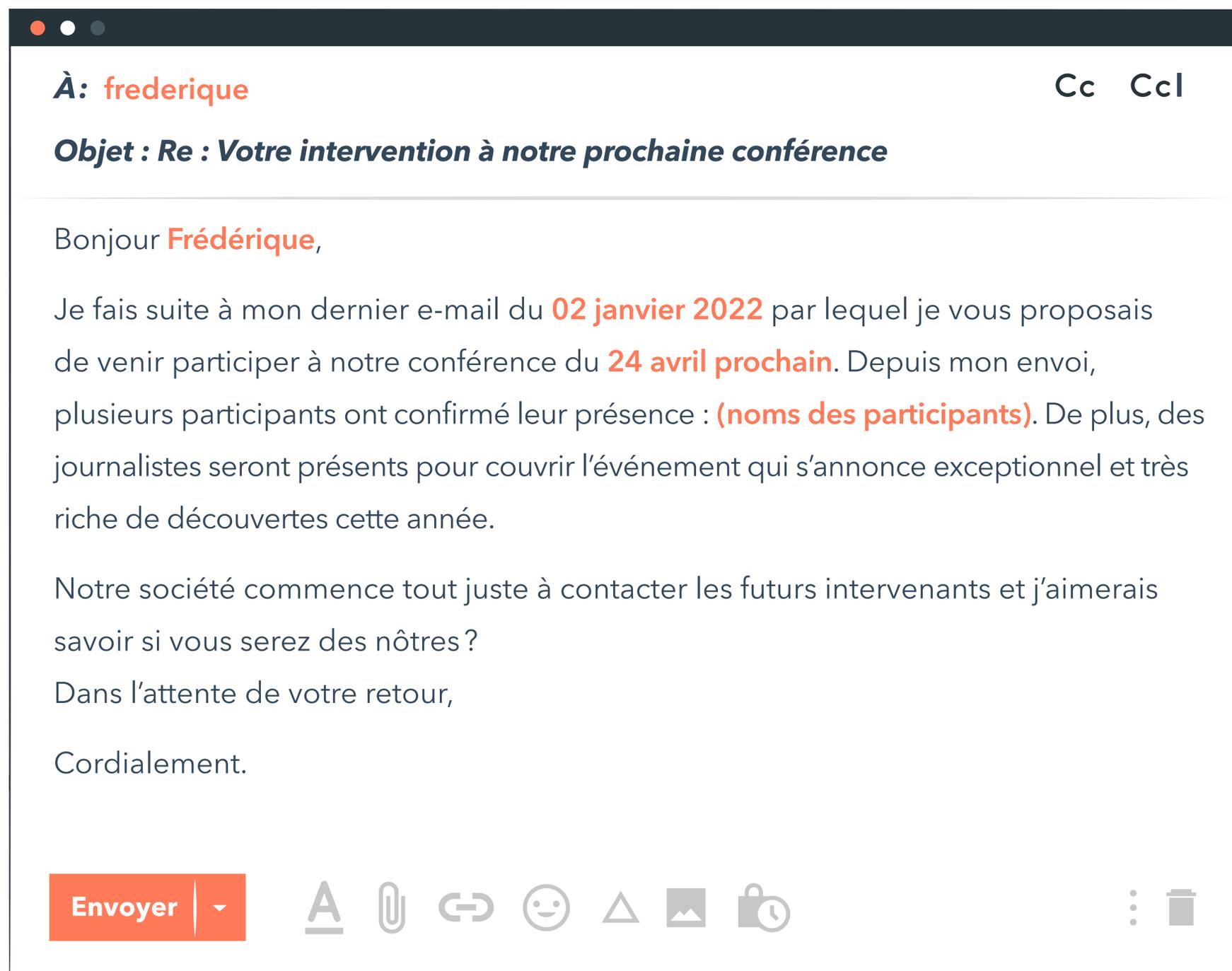
Je reste à votre disposition si vous avez la moindre question.

Cordialement.

**Envoyer** |         

## Modèle 5

# E-mail de suivi de l'invitation avec preuves sociales



**À:** frederique Cc Ccl

**Objet :** *Re : Votre intervention à notre prochaine conférence*

Bonjour **Frédérique**,

Je fais suite à mon dernier e-mail du **02 janvier 2022** par lequel je vous proposais de venir participer à notre conférence du **24 avril prochain**. Depuis mon envoi, plusieurs participants ont confirmé leur présence : **(noms des participants)**. De plus, des journalistes seront présents pour couvrir l'événement qui s'annonce exceptionnel et très riche de découvertes cette année.

Notre société commence tout juste à contacter les futurs intervenants et j'aimerais savoir si vous serez des nôtres?

Dans l'attente de votre retour,

Cordialement.

**Envoyer** |         

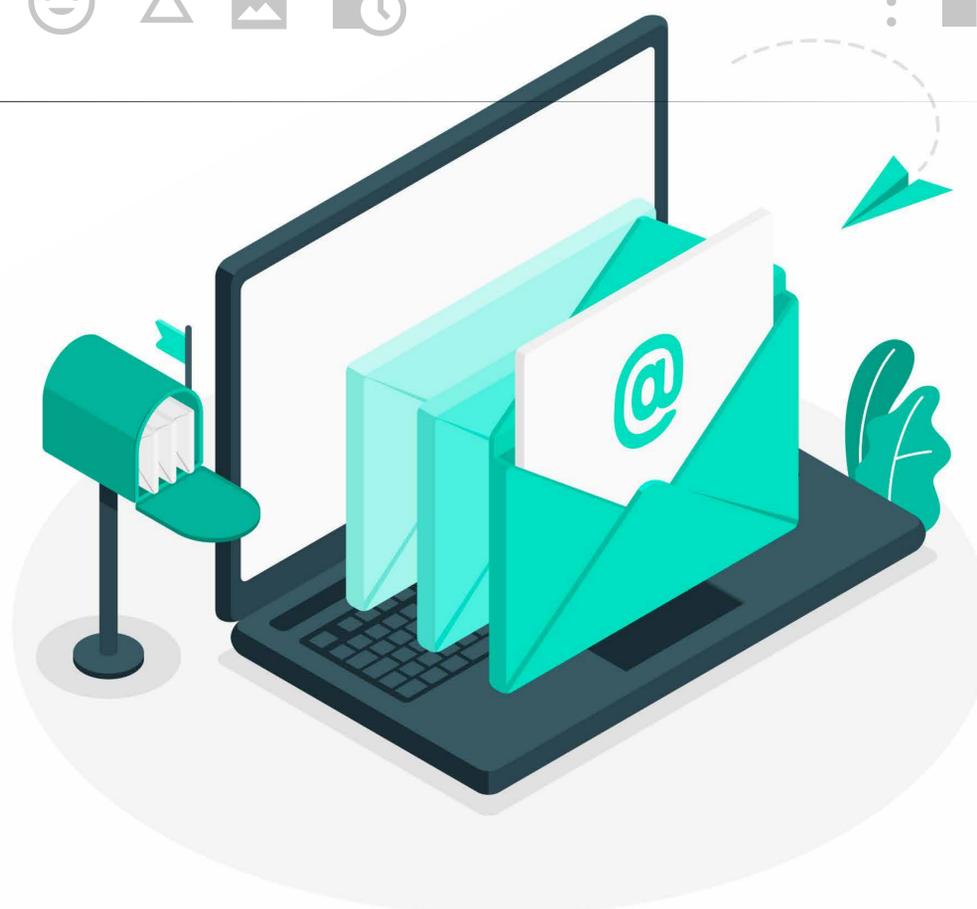
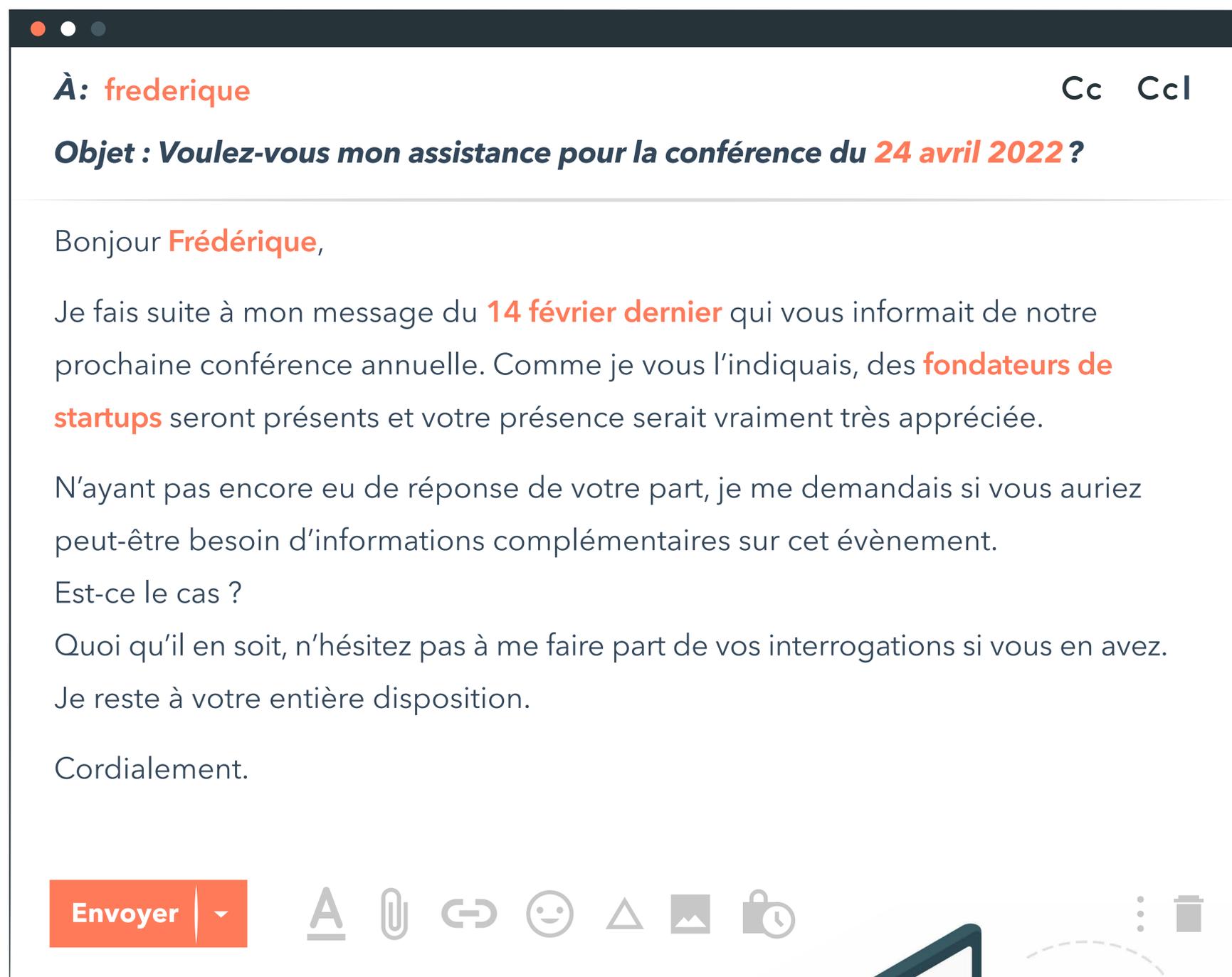
## Modèle 6

# Dernier e-mail de rappel pour la conférence



## Modèle 7

# Relancer l'invitation en proposant de l'aide



## Modèle 8

# Prise de contact avec le prospect après avoir consulté son site web

À: dominique Cc Ccl

**Objet : Articles et vidéos non mis à jour sur votre site internet**

Bonjour **Dominique**,

J'ai remarqué, en consultant votre site web, que vous aviez **des articles qui n'étaient plus d'actualité, mais également des vidéos qui n'étaient plus à jour.**

Dans **l'une des vidéos**, il est indiqué que **votre société comprend 300 clients alors que vous en comptez désormais pas loin de 500.**

**Certains articles datent d'il y a plus de 8 ans et auraient besoin d'être réactualisés.**

Afin de vous garantir une exploitation correcte de vos données par vos équipes et surtout de maintenir votre business, je vous propose de les mettre à jour. Je fais partie de la société **MEGA MIGA** qui est spécialisée dans **la création rédactionnelle et audiovisuelle.**

La société a notamment aidé :

- 1. lien vidéo entreprise 1**
- 2. lien vidéo entreprise 2**
- 3. lien vidéo entreprise 3**

Je reste à votre disposition pour en discuter.

Cordialement.

**Envoyer** |         

## Modèle 9

# Féliciter un prospect pour son nouveau poste

À: **camille** Cc Ccl

**Objet : Félicitations pour votre poste de responsable des Ventes**

Bonjour **Camille**,

Je me permets de vous contacter, car **ce matin** j'ai eu une petite surprise en ouvrant mes e-mails. En effet, j'ai reçu un e-mail automatique de votre remplaçant (**nom du remplaçant**), avec qui nous avons brièvement travaillé **l'année passée**.

Tout d'abord, je vous félicite pour vos nouvelles fonctions ! C'est une nouvelle aventure qui commence pour vous.

Votre agenda doit être bien chargé et ce message vous parviendra peut-être à un moment plus ou moins opportun.

Pour vous faire une brève présentation, je suis **responsable marketing digital de l'agence MEGA GIGA**. Mon rôle est de **travailler avec les entreprises de la région pour leur permettre de générer davantage de trafic sur leur site web, d'augmenter les conversions et d'encourager leurs leads à devenir des clients**.

N'hésitez pas à revenir vers moi si vous souhaitez plus d'informations quant aux solutions que je pourrais vous proposer.

Je vous laisse mon numéro de portable (**numéro de téléphone**).

Cordialement.

**Envoyer** |         

## Modèle 10

# E-mail suite à un message vocal

À: frederique Cc Ccl

**Objet : Message vocal de ce jour**

---

Bonjour **Frédérique**,

Je me permets de vous contacter par e-mail, car j'ai tenté **ce matin** de vous joindre par téléphone, mais sans succès. Je voulais échanger avec vous concernant **le projet de restructuration de vos services internes**.

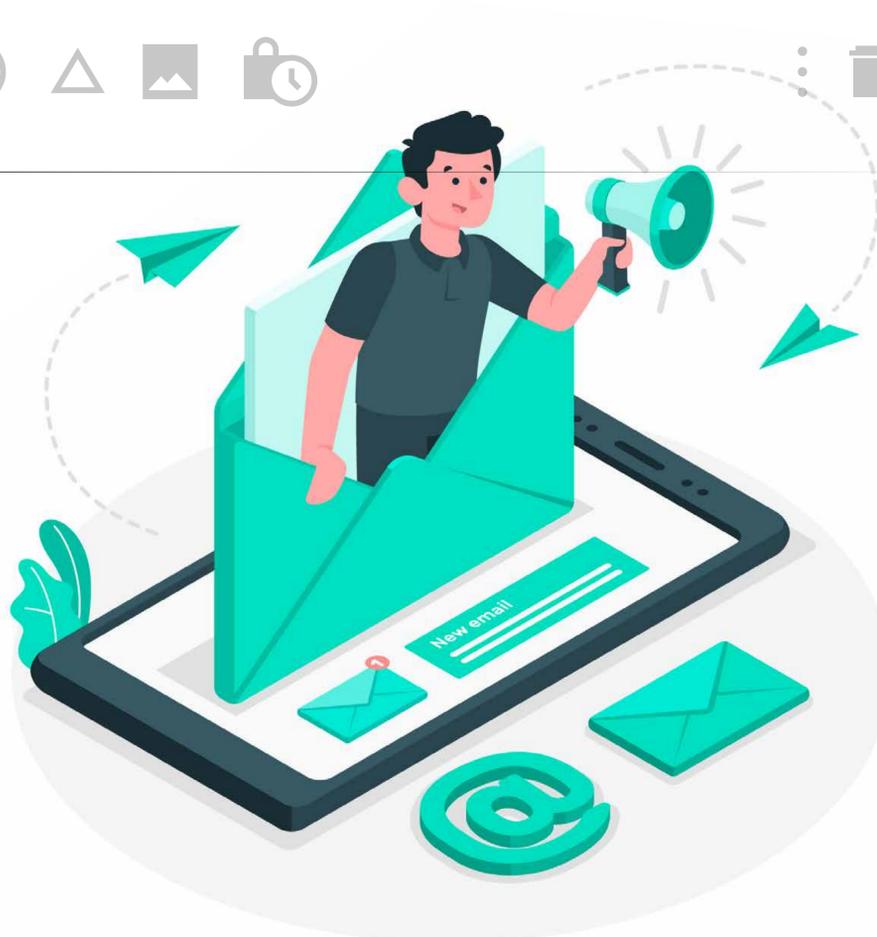
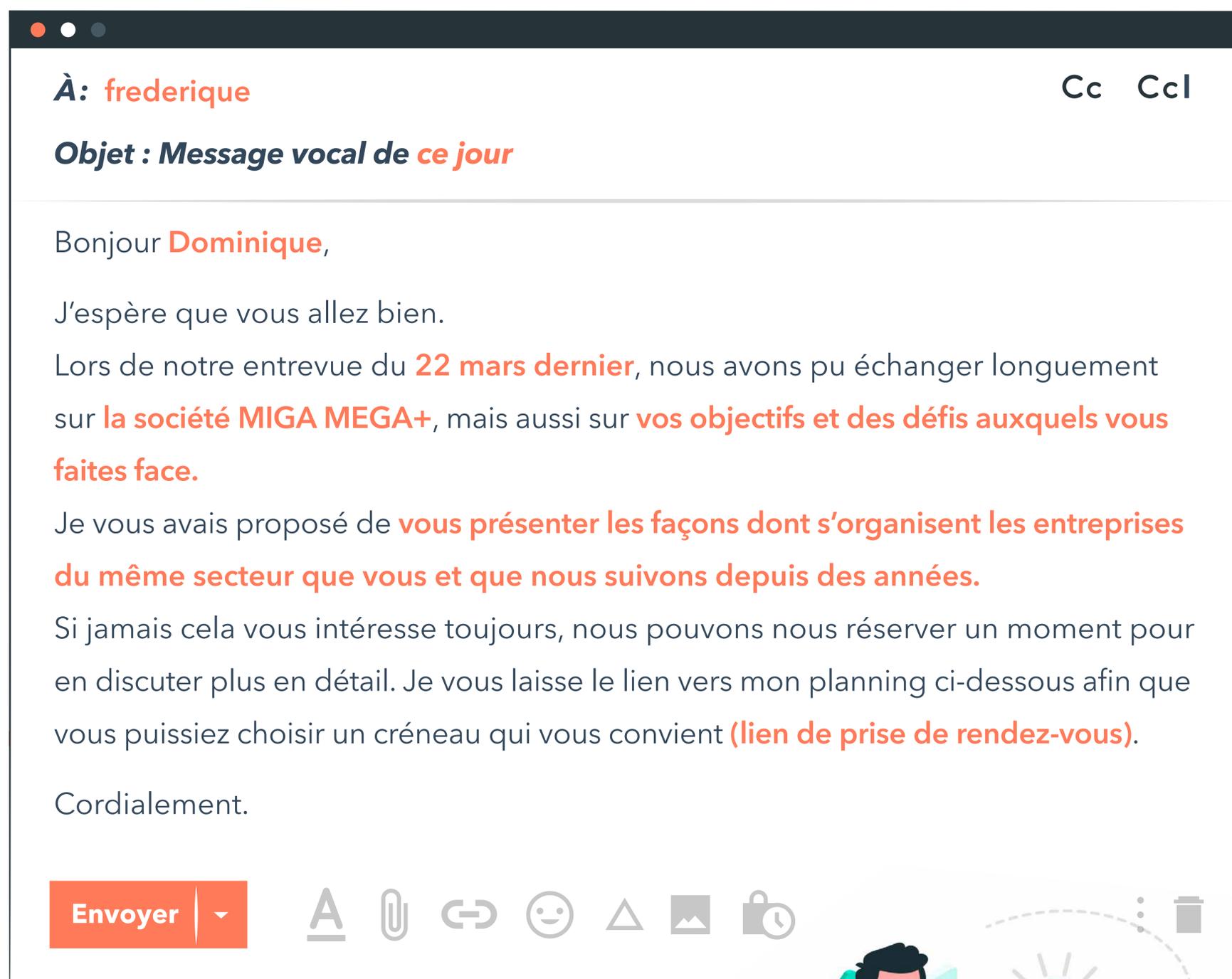
Je vous ai laissé un message vocal dans lequel je vous ai proposé de vous recontacter **jeudi 24 mars prochain à 15h00**. N'hésitez pas à me contacter avant si vous le souhaitez, au **(numéro de téléphone)**. Dans l'attente de votre réponse.

Cordialement.

Envoyer |         

## Modèle 11

# E-mail suite à un premier échange qui a laissé peu d'informations



## Modèle 12

# Suite à un premier rendez-vous, conseiller un article à un prospect

À: **camille** Cc Ccl

**Objet : Article sur la réduction des déchets**

---

Bonjour **Camille**,

Je me permets de revenir vers vous, car en lisant **Le Journal du Bocal ce matin**, j'ai lu un article qui pourrait, je crois, vous intéresser.

L'avez-vous lu ?

Cet article évoque les sujets dont nous avons parlé lors de notre dernière entrevue. Je vous laisse le lien ci-dessous **(lien vers l'article)**.

Je reste disponible pour échanger.

À très bientôt.

Envoyer A 📎 🔗 😊 △ 🖼️ 🕒 ⋮ 🗑️

## Modèle 13

# Passage physique dans la ville du prospect

À: **camille** Cc Ccl

**Objet : Ma venue à Lyon**

---

Bonjour **Camille**,

Juste un petit message pour vous prévenir que je serai à **Lyon** la semaine **du 07 au 11 mars 2022**.

Si vous aviez quelques minutes à me consacrer durant cette semaine, je serais ravi de venir vous rendre visite dans vos locaux.

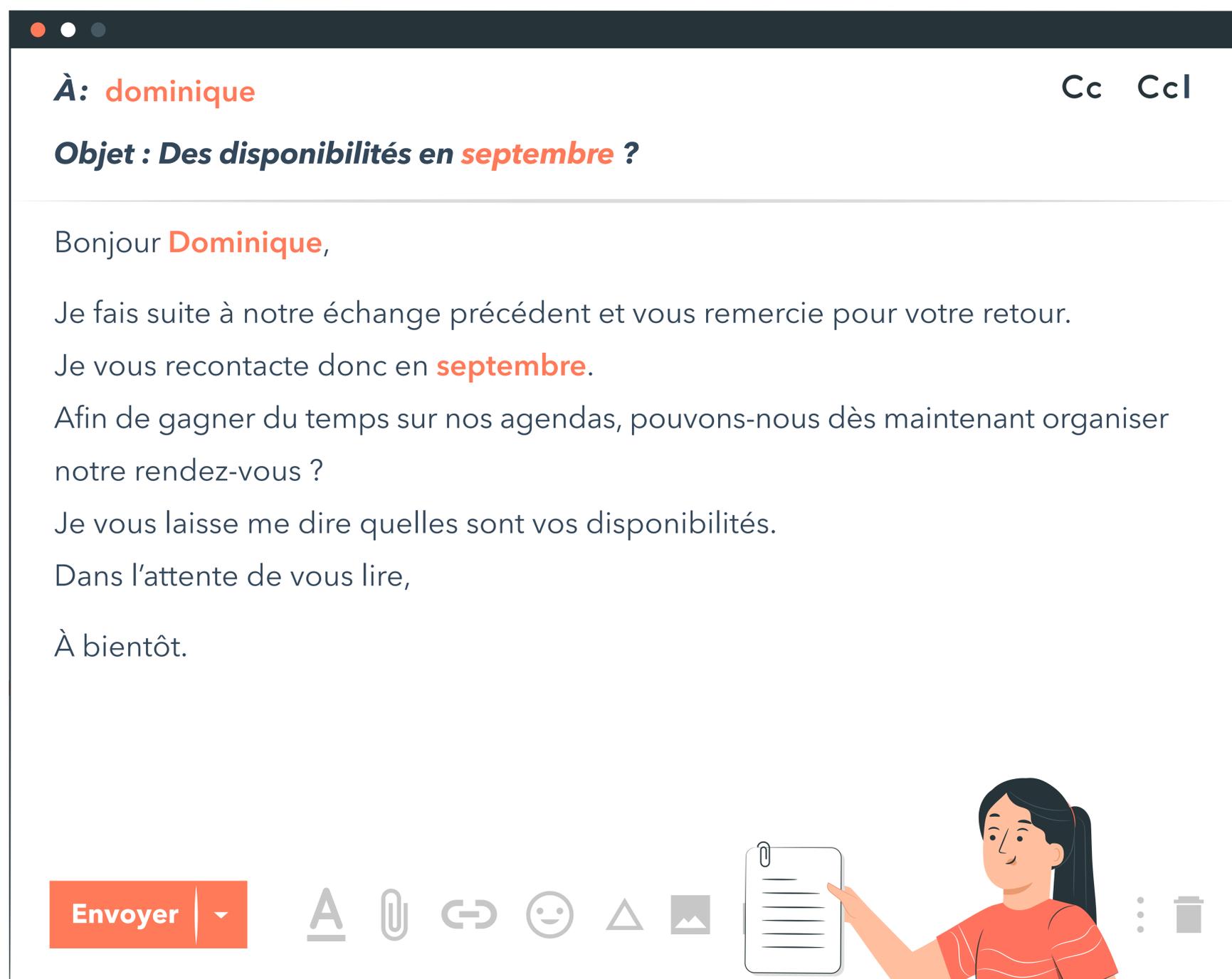
Dans l'attente de vous lire,

Cordialement.

Envoyer | 🔍 📎 🔗 😊 △ 🖼️ 🕒 ⋮ 🗑️

## Modèle 14

# Organisation du prochain rendez-vous avec le prospect



## Modèle 15

# Rappel des coordonnées au prospect

À: dominique Cc CcI

**Objet : Mes coordonnées vous seront utiles**

---

Bonjour **Dominique**,

Dans votre dernier e-mail, vous m'indiquiez conserver mes coordonnées pour un prochain contact. N'hésitez surtout pas à me dire si vous n'êtes pas intéressé par les services que je vous ai proposés. Cela évitera que je vous dérange avec un e-mail vous informant des actualités de nos produits.

Si c'est le cas, m'autorisez-vous à clore votre dossier ?

Si par contre, il s'agit simplement d'une question de planning, je vous laisserai me recontacter au moment le plus opportun pour vous.

Je vous remercie d'avance de votre retour.

Cordialement.

Envoyer A 📎 🔗 😊 △ 🖼️ 🕒 ⋮ 🗑️

## Modèle 16

# Autorisation pour clôturer le dossier

À: frederique Cc Ccl

**Objet : Clôture du dossier?**

Bonjour **Frédérique**,

Je vous contacte, car je suis en train de procéder à la clôture des dossiers pour le mois de **novembre**.

J'ai remarqué que cela fait déjà un petit moment que vous n'avez pas pris contact avec moi ou l'un de nos services. Peut-être êtes-vous occupé ou simplement pas intéressé par nos offres. Si c'est le cas, m'autorisez-vous à clore votre dossier?

Dans le cas contraire, puis-je me permettre de vous recontacter d'ici **2 mois**?

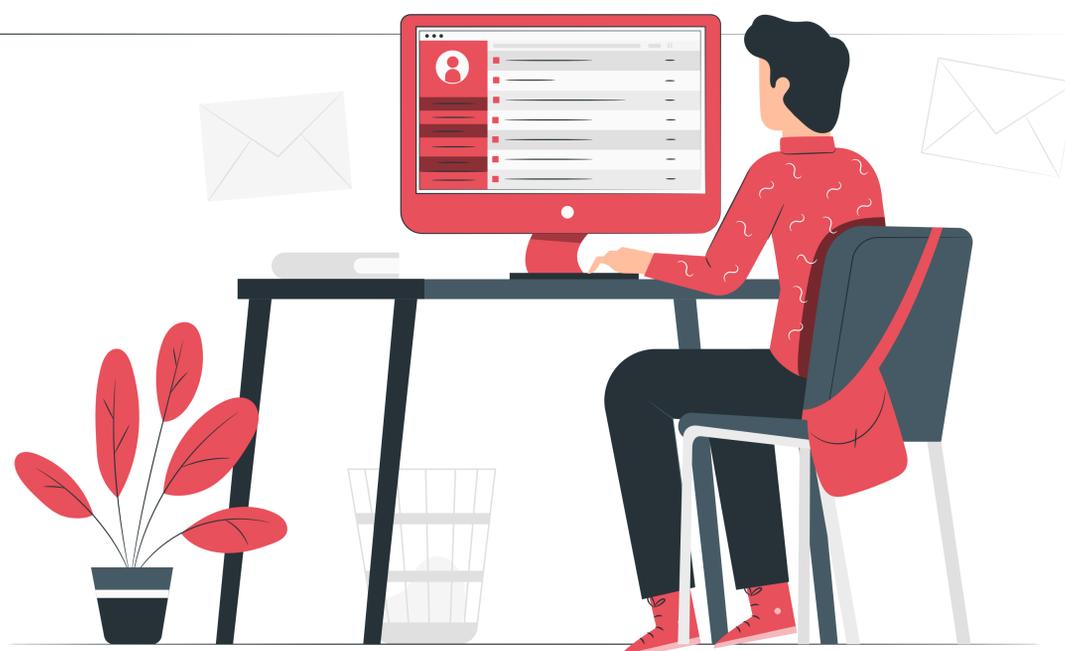
Dans l'attente de vous lire.

Cordialement.

**Envoyer** |         

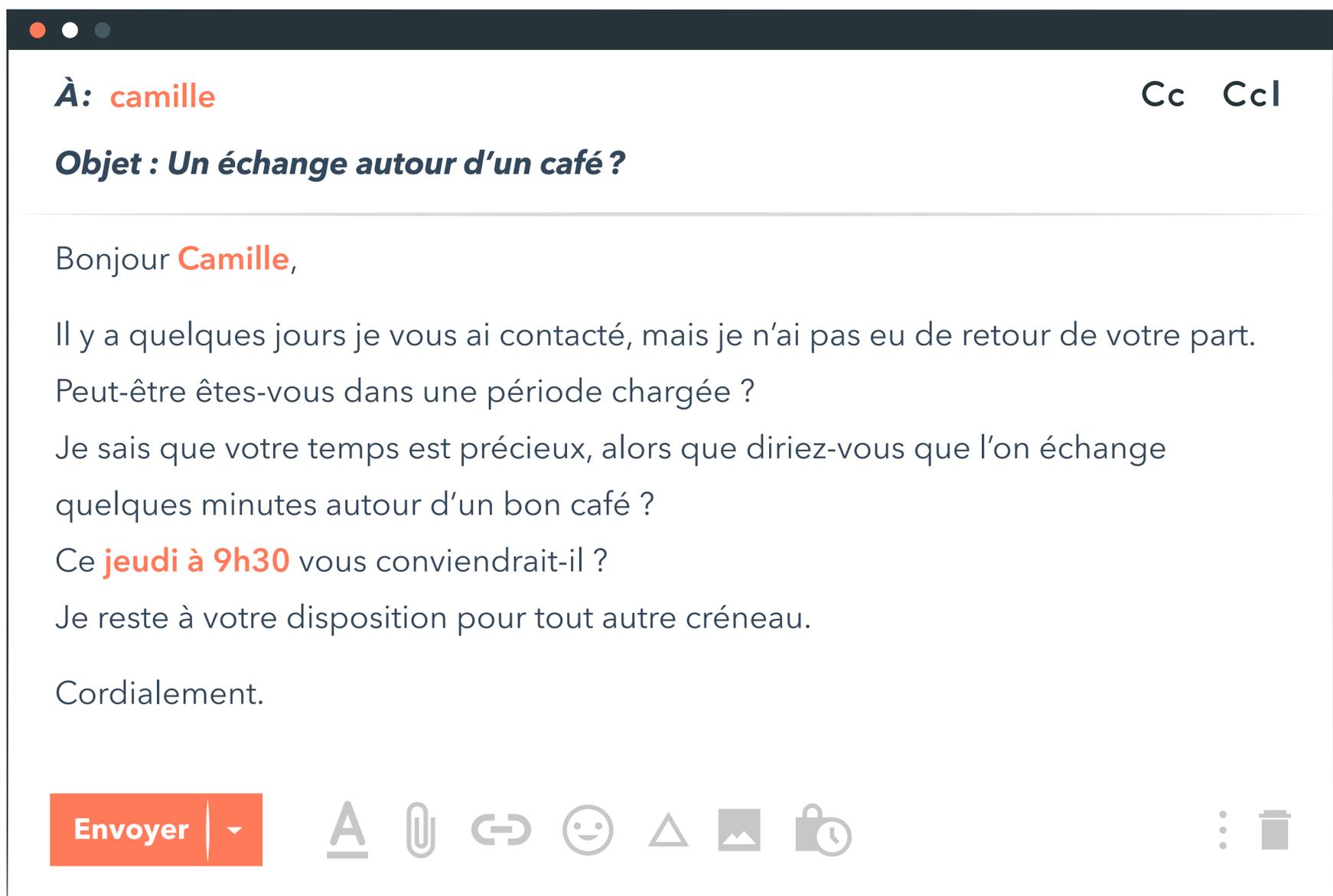
## Modèle 17

# Montrer son intérêt pour le prospect à travers ses publications sur les réseaux



## Modèle 18

# Proposer une rencontre autour d'un café



## Modèle 19

# Attirer le prospect par l'éventualité d'un succès à venir

À: **camille** Cc Ccl

**Objet : 2022 est l'année de MEGA GIGA+**

Bonjour **Camille**,

Peut-être l'avez-vous remarqué, mais **le marché des légumes des petits producteurs** a pris de l'ampleur sur votre région. Cela signifie qu'une opportunité majeure se présente à vous. Nous avons, vous et moi, un intérêt commun à collaborer dans cette direction pour **2022**.

Rappelez-vous en **2020** quand **MEGA FRUITS** a saisi l'opportunité d'accéder **au marché des petits producteurs**. Ce fut un succès phénoménal !

N'hésitez pas à me contacter au **(numéro de téléphone)** ou à me donner vos disponibilités que l'on puisse échanger à ce sujet.

À très vite.

**Envoyer** |         

## Suite à la visite de votre site web par le prospect



The image shows a screenshot of an email client interface. At the top, there are three window control buttons (red, white, grey). Below them, the recipient is listed as "À: frederique" in red text. To the right, "Cc" and "Ccl" are visible. The subject line is "Objet : Je suis passé sur votre site". The main body of the email contains the following text:

Bonjour **Frédérique**,

J'ai pu remarquer que vous aviez fait un petit passage sur le site de notre société et je vous en remercie. Chaque visiteur est important pour **MEGA GIGA+** et j'en ai donc profité pour aller consulter le vôtre.

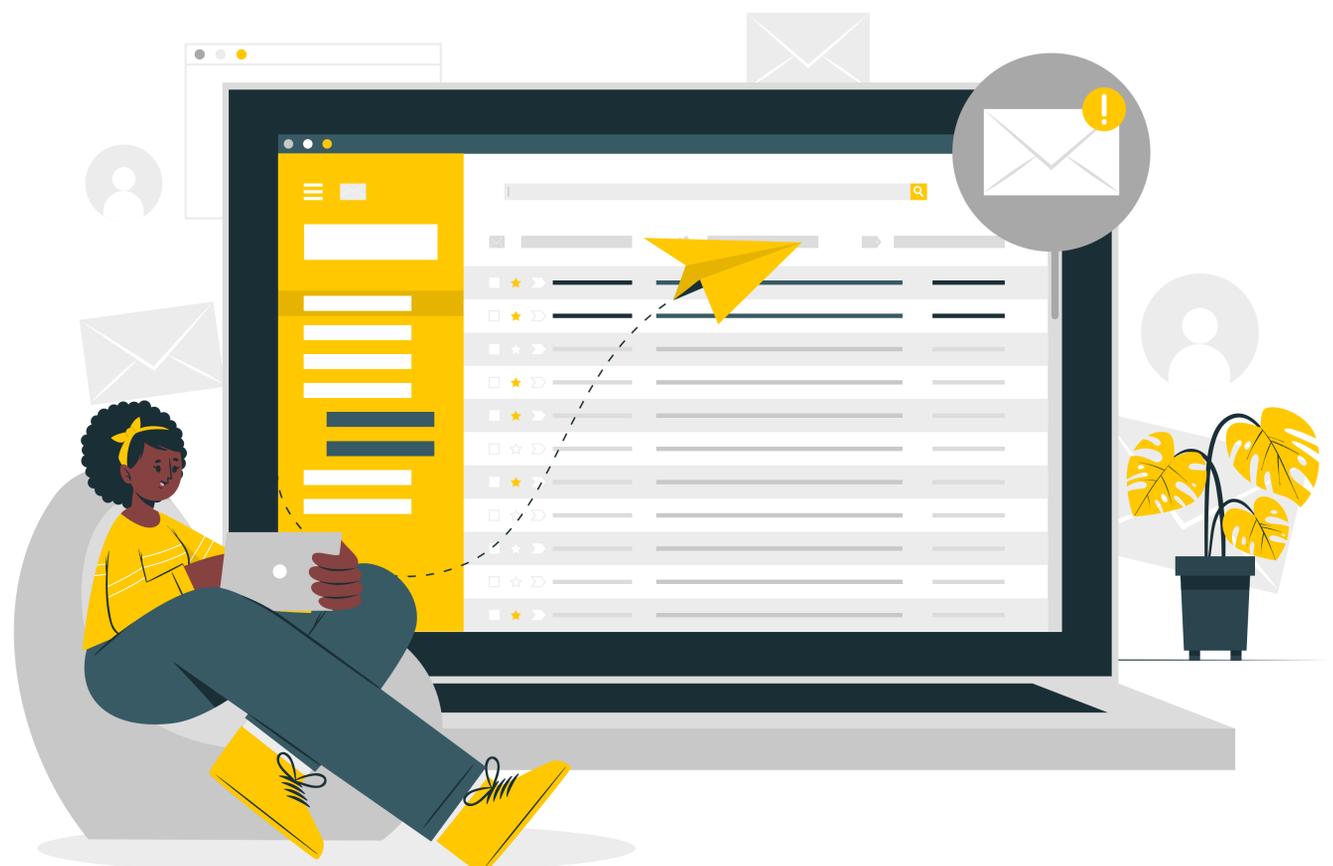
Quelle surprise ! Nous avons tellement de points et d'objectifs communs !

J'aimerais beaucoup vous appeler afin que nous puissions discuter d'une éventuelle collaboration. Pourriez-vous me donner vos disponibilités ?

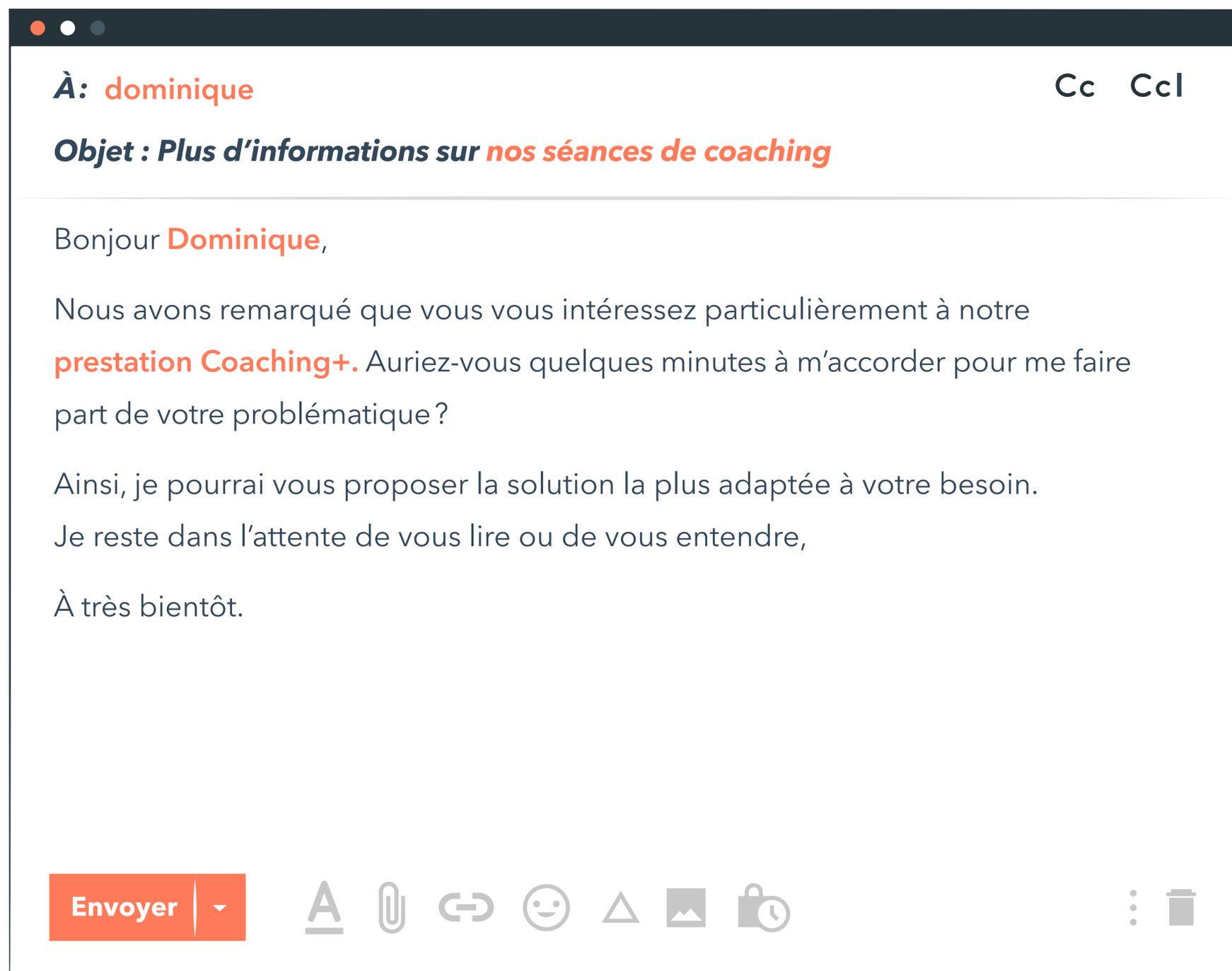
Cordialement.

At the bottom of the email client, there is a red "Envoyer" button with a dropdown arrow. To its right are several icons: a text editor icon (A), a paperclip icon, a link icon, a smiley face icon, a triangle icon, a picture icon, and a clock icon. On the far right, there are three vertical dots and a trash can icon.

# Invitation à un événement/webinaire



## Prospect hésitant avant l'achat d'un produit



The image shows a screenshot of an email client interface. At the top, there are three window control buttons (red, white, grey). The email header shows the recipient as 'À: dominique' and the subject as 'Objet : Plus d'informations sur nos séances de coaching'. The main body of the email contains a friendly greeting, a request for a short call to discuss a problem, and a promise to provide a tailored solution. At the bottom, there is a red 'Envoyer' button with a dropdown arrow, followed by icons for text formatting, attachments, links, emojis, images, and a lock icon. A trash icon is also visible on the right side of the bottom bar.

À: dominique Cc CcI

**Objet : Plus d'informations sur nos séances de coaching**

Bonjour **Dominique**,

Nous avons remarqué que vous vous intéressez particulièrement à notre **prestation Coaching+**. Auriez-vous quelques minutes à m'accorder pour me faire part de votre problématique ?

Ainsi, je pourrai vous proposer la solution la plus adaptée à votre besoin.

Je reste dans l'attente de vous lire ou de vous entendre,

À très bientôt.

**Envoyer** |         

## Modèle 23

# Le prix pose problème au prospect (produit ou prestation dématérialisée)

À: frederique Cc Ccl

**Objet : Vous trouvez cela trop cher ?**

---

Bonjour **Frédérique**,

Je sais... **mon coaching expérimental** a un coût élevé.

De plus, la remise spectaculaire de **juin** est passée désormais. Cela peut être légèrement frustrant je le conçois.

Mais compte tenu de votre fidélité et de votre intérêt pour mon activité sur les réseaux, je vous fais parvenir ci-dessous une offre exceptionnelle.

Elle vous est spécialement réservée et ne durera pas très longtemps.

Je vous propose **une facilité de paiement de 6 mois à 160 € par mois**.

Cliquez ici pour vous inscrire **à la prochaine session de coaching expérimental (lien d'inscription)**.

À très bientôt.

Envoyer ▼



# La résolution d'un problème

À: frederique Cc CcI

**Objet : Vos outils de communication sont-ils efficaces ?**

---

Bonjour **Frédérique**,

Je me présente, **Camille** de la société **MEGA GIGA+**.

Nous sommes spécialisés dans **la mise en place d'outils de communication** depuis **plus de 15 ans** et au regard de vos activités, je pense que le sujet peut vous intéresser. **Nos outils de communication** reflètent toute notre expertise et sont très faciles à mettre en place. Ils permettent **un essor exceptionnel de votre visibilité vis-à-vis de vos prospects**.

Je serais ravi de pouvoir échanger quelques minutes avec vous **mardi prochain à 14h**, par exemple. Nous pourrions discuter des différentes possibilités qui s'offrent à vous pour **gagner en visibilité**.

Dans l'attente de votre retour,

Cordialement.

Envoyer |        ⋮ 

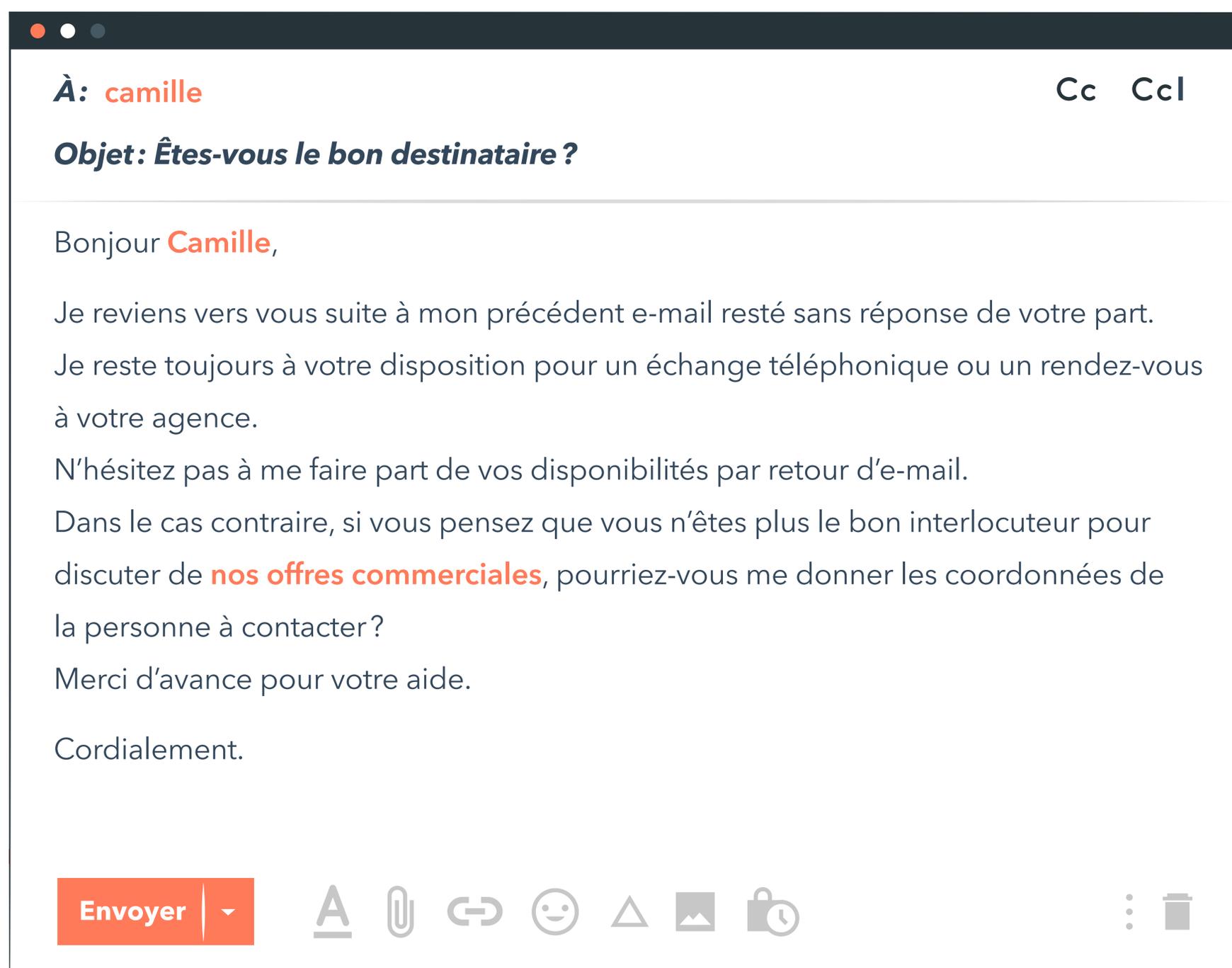
## Chapitre 3

# Modèles d'e-mails de relance prospect

Les e-mails sont d'une efficacité redoutable quand il s'agit de prospection commerciale. Il y a également un autre avantage à les utiliser dans le cadre des relances clients ou prospects. Cependant, recevoir une relance n'est jamais très agréable pour son destinataire. L'e-mail se doit donc d'être percutant et adapté.

## Modèle 1

# Demander le bon interlocuteur



The screenshot shows an email client interface. At the top, there are three window control buttons (red, white, grey). The email header includes the recipient 'À: camille' and 'Cc Ccl'. The subject line is 'Objet: Êtes-vous le bon destinataire?'. The main body of the email contains the following text:

Bonjour **Camille**,

Je reviens vers vous suite à mon précédent e-mail resté sans réponse de votre part. Je reste toujours à votre disposition pour un échange téléphonique ou un rendez-vous à votre agence.

N'hésitez pas à me faire part de vos disponibilités par retour d'e-mail.

Dans le cas contraire, si vous pensez que vous n'êtes plus le bon interlocuteur pour discuter de **nos offres commerciales**, pourriez-vous me donner les coordonnées de la personne à contacter?

Merci d'avance pour votre aide.

Cordialement.

At the bottom of the email client, there is a red 'Envoyer' button with a dropdown arrow, followed by icons for text formatting (underline, bold), attachments, undo, emojis, a warning triangle, image insertion, a lock icon, and a trash can icon.

## Modèle 2

# Proposer une alternative à la rupture de la relation

À: dominique Cc Ccl

**Objet: Clôture de votre dossier?**

---

Bonjour **Dominique**,

Nous arrivons à la fin du mois de mars et nous sommes sur le point de clôturer les dossiers restés sans réponse.

Nous n'avons malheureusement pas eu de vos nouvelles depuis un certain temps déjà. En général, nous procédons à la clôture des dossiers afin de ne pas les laisser en suspens. Si vous n'êtes pas intéressé par nos services, m'autorisez-vous à clore votre dossier?

Dans le cas contraire, voulez-vous que je vous recontacte d'ici quelques semaines?

Dans l'attente de vous lire.

Cordialement.

Envoyer ▾

## Modèle 3

# Confirmer la clôture du dossier du prospect

À: **camille** Cc Ccl

**Objet: Fermeture de votre dossier**

---

Bonjour **Camille**,

Je vous remercie pour votre e-mail confirmant la clôture de votre dossier.

Si vous aviez quelques minutes, pourriez-vous me faire part de vos remarques par rapport à **l'offre** que je vous ai proposée ?

Cela pourra m'aider très certainement à comprendre la clôture de votre dossier et surtout à améliorer notre offre si besoin.

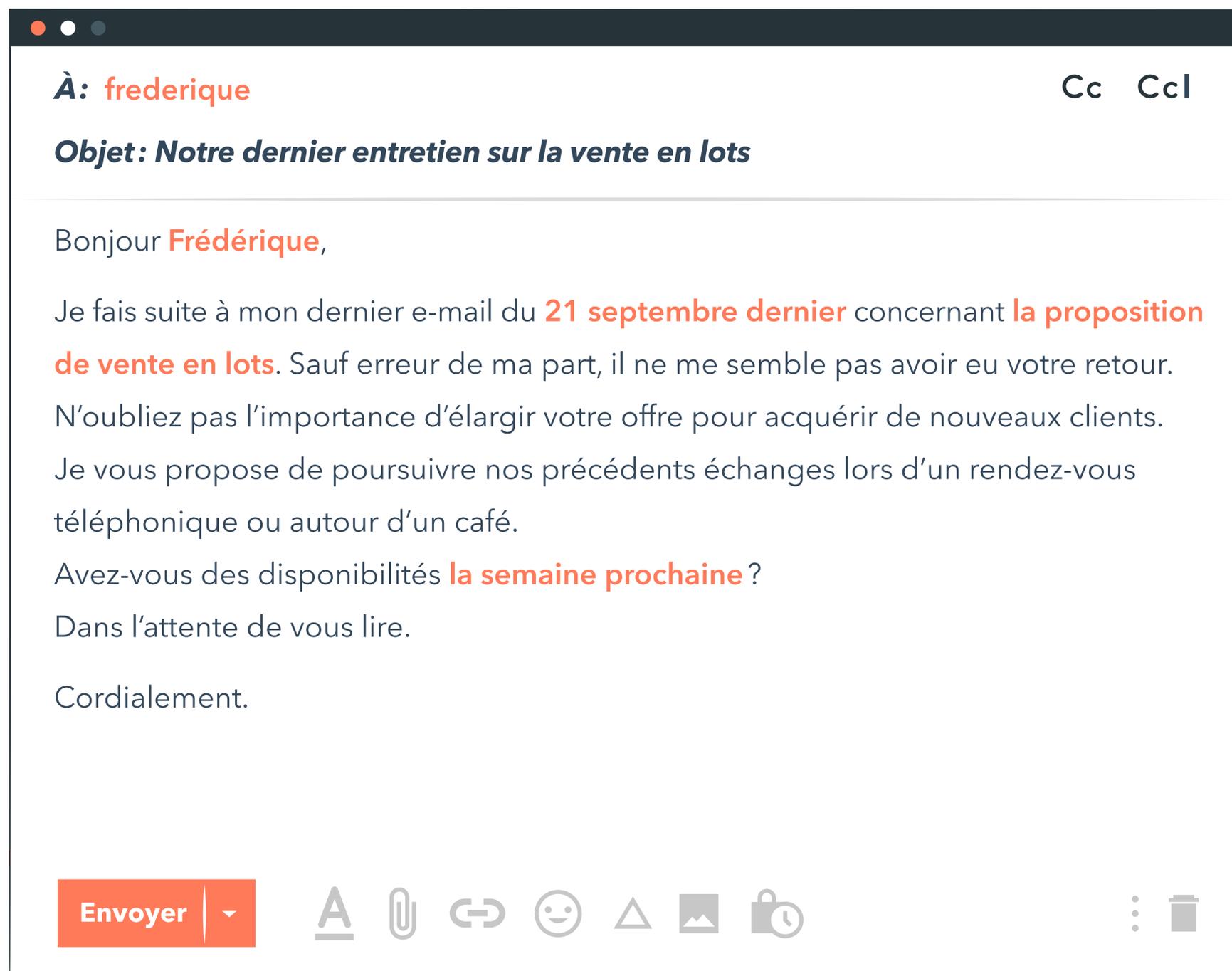
Je vous remercie par avance pour votre retour très précieux.

Cordialement.

Envoyer A 📎 🔗 😊 △ 🖼️ 🕒 ⋮ 🗑️

## Modèle 4

# Un prospect qui ne répond pas



## Modèle 5

# Un prospect demande qu'on revienne vers lui ultérieurement

À: dominique Cc Ccl

**Objet: Notre échange du 15 septembre 2021**

---

Bonjour **Dominique**,

J'espère que vous allez bien.

Je fais suite à notre dernier entretien du mois de **septembre 2021**.

Nous avons convenu de nous recontacter d'ici **3 mois**.

Je me permets donc de revenir vers vous pour savoir si vous avez pu faire le point à propos de **la mise en place de votre stratégie de communication** ?

Si vous le souhaitez, nous pouvons convenir d'un rendez-vous pour en discuter.

Je vous laisse le soin de fixer un créneau horaire qui vous convient avec mon planning ci-joint (lien vers la prise de rendez-vous en ligne).

Restant à votre disposition pour tout renseignement que vous pourriez souhaiter,

Cordialement.

Envoyer | A 📎 ↔ 😊 △ 🖼️ 🕒 ⋮ 🗑️



## Modèle 6

# Suite à une rencontre après un évènement



**À:** dominique Cc Ccl

**Objet:** *Meeting des Trophées Victoires à Rennes*

---

Bonjour **Dominique**,

Je fais suite à l'échange que nous avons eu lors de **la soirée des Trophées Victoires à Rennes le 14 mars dernier**.

Notre conversation a été très instructive et j'ai apprécié discuter de **votre projet immobilier**. Je serais ravie de poursuivre cette discussion avec vous.

Seriez-vous disponible prochainement ?

Nous pourrions en discuter autour d'un café si cela vous tente.

Dans l'attente de votre retour,

Cordialement.

Envoyer ▾ A 📎 ↔ 😊 △ 🖼️ 🕒 ⋮ 🗑️

## Modèle 7

# Suite à une première rencontre

À: **camille** Cc Ccl

**Objet: Notre premier rendez-vous**

---

Bonjour **Camille**,

Suite à notre première rencontre de **mardi dernier**, j'ai énormément apprécié d'en connaître un peu plus sur vous et d'avoir appris à mieux cerner votre rôle au sein de **MEGA GIGA+**.

**Votre stratégie de communication** vous pose certaines difficultés depuis quelque temps et cela semble pénaliser votre activité. Je vous laisse donc la plaquette de présentation de notre solution **Strat Toujours**, ainsi qu'une proposition pour vous aider à résoudre votre problématique ou au moins vous donner quelques pistes d'amélioration.

N'hésitez pas à prendre rendez-vous avec moi pour que l'on puisse en discuter autour d'un café.

Je reste à votre écoute en cas de besoin.

Cordialement.

Envoyer        ⋮ 

## Modèle 8

# Prospect qui était intéressé par un produit/ une offre

À: dominique Cc Ccl

**Objet: Vous voulez en savoir plus sur *la session Coaching Maxi***

---

Bonjour **Dominique**,

Mon équipe et moi-même avons constaté que vous vous intéressez particulièrement à **notre session Coaching Maxi**.

Il est vrai que cette **session** est très intéressante pour **faire évoluer un groupe de travail**, mais aussi **au niveau tarifaire. Notre offre du moment est imbattable.**

Si vous avez quelques minutes à m'accorder **la semaine prochaine**, nous pourrions faire le point sur les problématiques que vous rencontrez **avec vos équipes**.

Ainsi, je pourrai vous proposer la solution la plus adaptée à votre besoin.

À très bientôt,

Cordialement.

**Envoyer** | ▾       

## Modèle 9

# Lorsque l'on possède le nom d'un contact de l'entreprise cible



À: dominique Cc CcI

Objet: Échange avec **Camille (nom de famille du contact)**

Bonjour **Dominique**,

Je me permets de vous adresser cet e-mail après m'être entretenu avec **Camille (nom de famille du contact)**, qui m'a conseillé de vous contacter à propos de **votre manque de clarté sur votre stratégie de communication**.

Nous sommes spécialisés **depuis 15 ans** dans la communication des PME.

Votre problématique à propos de **la communication sur les réseaux sociaux** pourrait être étudiée et une solution pourrait être apportée assez rapidement.

Ainsi, votre visibilité serait augmentée significativement.

Si votre agenda le permet, j'aimerais en discuter avec vous **la semaine prochaine**.

Êtes-vous disponible ? Dans l'attente de vous lire,

Cordialement.

**Envoyer** |         

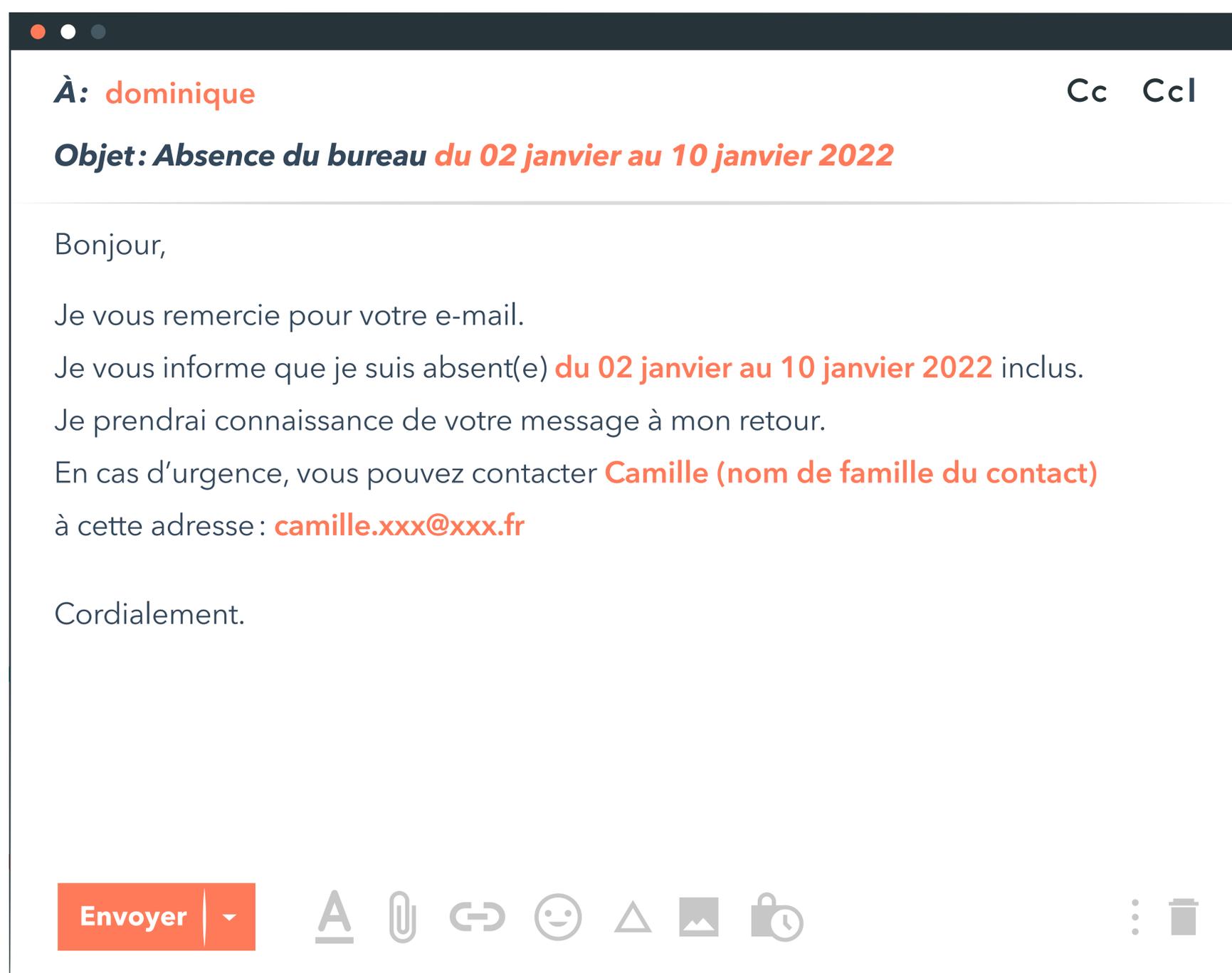
## Chapitre 4

# Modèles d'e-mails d'absence

**Vous partez en congé ou vous êtes absent pour quelques jours ? Aucun souci, mais vous devez impérativement prévenir vos clients de votre absence, mais aussi de votre retour. Pour cela, vous avez la possibilité de programmer un e-mail automatique d'absence. Voici quelques modèles à mettre en place suivant votre situation.**

## Modèle 1

# Pour congés standards



**À:** dominique Cc Ccl

**Objet:** Absence du bureau du 02 janvier au 10 janvier 2022

Bonjour,

Je vous remercie pour votre e-mail.

Je vous informe que je suis absent(e) du 02 janvier au 10 janvier 2022 inclus.

Je prendrai connaissance de votre message à mon retour.

En cas d'urgence, vous pouvez contacter **Camille (nom de famille du contact)** à cette adresse : [camille.xxx@xxx.fr](mailto:camille.xxx@xxx.fr)

Cordialement.

**Envoyer** |   

## Modèle 2

# Pour vacances d'été

À: dominique Cc Ccl

**Objet: Vacances estivales du 02 juillet au 20 juillet 2022**

---

Bonjour,

Je vous remercie pour votre message.

Actuellement en congés, je n'ai pas accès à ma boîte mail.

Je prendrai donc connaissance de votre e-mail à mon retour, le 21 juillet 2022.

En cas d'urgence, vous pouvez contacter **Camille (nom de famille du contact)** à l'adresse suivante : **camille.xxx@xxx.fr**

Bonne journée.

Envoyer A 📎 ↔ 😊 △ 🖼️ 🔒 ⋮ 🗑️

## Modèle 3

# Pour fêtes de fin d'année

À: dominique Cc Ccl

**Objet: Bonnes fêtes de fin d'année!**

---

Bonjour,

Absent(e) du bureau du **15 au 27 décembre prochain**, je ne pourrai prendre connaissance de votre message qu'à mon retour.

En cas d'urgence, vous pouvez contacter **Camille (nom de famille du contact)** à cette adresse : **camille.xxx@xxx.fr**

Je vous souhaite de belles fêtes de fin d'année,

Cordialement.

Envoyer A 📎 🔗 😊 △ 🖼️ 🕒 ⋮ 🗑️

## Modèle 4

# Pour congé maternité ou paternité

À: dominique Cc Ccl

**Objet: Congé parental du 03 mars au 03 mai 2022**

Bonjour,

Je suis actuellement en congé **maternité / paternité / parental** jusqu'au **03 mai 2022 inclus**. Vous pouvez prendre contact directement avec mon remplaçant / ma remplaçante **Camille (nom de famille du contact)** par email à l'adresse suivante : **camille.xxx@xxx.fr** ou par téléphone au **(numéro de téléphone)**.

Belle journée,

Cordialement.

Envoyer  

## Modèle 5

# Message d'absence original

À: dominique Cc Ccl

**Objet: Absence pour cause de *farniente sous les palmiers***

Bonjour,

Je suis actuellement en congé du **15 juillet au 16 août prochain** inclus.

En cas d'urgence, vous avez toujours la possibilité de vous adresser **au transat numéro 4 sous le premier palmier** ou alors de vous adresser à **Camille (nom de la personne)** au (numéro de téléphone).

**Attention : les transats se remplissent très vite !**

Cordialement.

**Envoyer** |  



## Chapitre 5

# Modèles d'e-mails de fidélisation et de reconquête du client

Les e-mails permettent également à une marque ou une entreprise de fidéliser sa clientèle. Recevoir un e-mail de remerciements ou proposant une offre spéciale est toujours apprécié par les clients. Encore faut-il que l'e-mail soit bien rédigé. Voici quelques modèles qui pourront vous donner des pistes.

## Modèle 1

# Fidéliser un client satisfait



**À:** camille Cc Ccl

**Objet:** *Évolution de votre projet écologique*

Bonjour **Camille**,

J'espère que vous allez bien depuis notre dernière entrevue du mois de **juillet dernier**. Je me permets de revenir vers vous pour savoir si les choses ont évolué de votre côté concernant **l'acquisition des vélos électriques**.

Lorsque nous avons échangé en **juillet**, vous m'aviez expliqué **votre objectif écologique**. Le projet a-t-il avancé ?

À toutes fins utiles, je vous informe que nous avons **signé un partenariat avec VELO MEGA+ pour proposer une large gamme de vélos**.

Seriez-vous disponible la semaine prochaine pour en discuter ?

Dans l'attente de votre retour,

Cordialement.

**Envoyer** |         

## Modèle 2

# Remercier un client de sa fidélité

À: frederique Cc Ccl

**Objet: La société MEGA GIGA+ vous remercie !**

Bonjour **Frédérique**,

Nous sommes très heureux de vous compter parmi nos fidèles clients, et ce depuis des années. Pour vous remercier de votre fidélité :

- notre équipe agrandit sa permanence et se tient à votre disposition de 8h à 18h30,
- des offres régulières vous sont faites,
- une surprise vous attend désormais le jour de votre anniversaire.

En espérant vous revoir très bientôt chez **MEGA GIGA+**,

Merci de votre fidélité.

Cordialement.

**Envoyer** |         



### Modèle 3

## Contacteur un client non satisfait



À: **camille** Cc Ccl

**Objet: Votre projet de communication**

Bonjour **Camille**,

En **2019**, vous nous aviez confié **la mission d'établir une stratégie de communication pour votre entreprise.**

À l'époque, vous étiez satisfait de la prestation rendue, mais aviez fait la remarque **qu'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux aurait été pertinente.**

Nous avons pris en compte vos remarques et depuis **nous avons accueilli dans notre équipe Dominique (nom de famille du contact) qui est Community Manager.**

Le sujet de **la visibilité sur les réseaux sociaux** est-il toujours d'actualité ?

Dans l'attente de votre retour,

Cordialement.

**Envoyer** |         

**Chapitre 6**

**BONUS**

---

# 5 outils pour créer une signature d'e-mail

## HubSpot

HubSpot propose un outil gratuit de programmation d'e-mail intégré à son CRM comprenant un certain nombre d'avantages. Cet outil fonctionne avec la boîte de messagerie Gmail d'où il est possible de programmer directement ses envois et sans limitation de nombre. Vos équipes gagnent en productivité en ayant la possibilité de programmer les e-mails depuis la même interface où ceux-ci sont rédigés. Très facile d'utilisation, il permet de choisir un créneau d'envoi ou alors d'en définir un à sa guise. L'outil de HubSpot propose également des modèles d'e-mails et offre la possibilité de suivre l'engagement des prospects avec les e-mails envoyés. Une fonctionnalité très appréciée est la possibilité d'apporter des modifications aux messages déjà programmés, ainsi vous évitez pas mal d'erreurs.

**Prix : l'outil est gratuit, mais il est possible d'accéder à plus de fonctionnalités en souscrivant un abonnement.**



## Right Inbox

Right Inbox est un outil de programmation d'e-mails assez complet. Il s'agit d'une extension de la boîte de messagerie Gmail. L'outil permet la programmation à l'avance des e-mails. Vous pouvez même rédiger votre message, le conserver et le programmer à une date et une heure précise selon le fuseau horaire choisi. Très pratique pour communiquer avec ses contacts qui sont à l'étranger. Right Inbox propose également la création de rappels automatiques. C'est-à-dire que vous pouvez personnaliser tout un flux de rappels automatiques afin d'être sûr de ne pas oublier l'envoi de plusieurs e-mails. Cet outil est doté d'une particularité, il permet de programmer les envois en fonction de la non-réponse du destinataire, mais aussi d'y ajouter des notes personnelles. Facile à installer, il possède également une présentation claire et il est simple d'utilisation.

**Prix : une version gratuite existe, mais vous êtes limité à 10 e-mails par mois.**

**Sinon l'abonnement est à 7,95 dollars par mois.**

## Snov.io

Snov.io est un outil de programmation d'e-mails performant et très utile pour maximiser sa productivité. Il permet de suivre le taux d'ouverture, le taux de clics et de mettre en place certaines alertes. Il s'agit d'une extension Chrome gratuite pour Gmail.

Vous avez d'un seul coup d'œil, sur votre interface, l'ensemble de vos e-mails avec toutes les analyses correspondantes. Snov.io permet également à ses utilisateurs qui ont souscrit un abonnement, d'envoyer des séquences d'e-mails à différentes personnes.

Très utile et surtout un gain de temps considérable. Vous avez connaissance en direct de l'ouverture de vos messages et leur lecture et l'outil vous envoie une notification lorsqu'un contact a ouvert un de vos messages. Cet outil permet la programmation des e-mails jusqu'à 3 mois en avance. Snov.io n'impose pas de logo dans les messages envoyés.

**Prix : gratuit.**

## Boomerang

**Boomerang est un outil adapté pour Gmail et Outlook. Il permet la programmation d'envoi d'e-mails à date choisie et un système de rappel permet de vous prévenir lorsqu'un message envoyé n'a pas eu de réponse.** Très pratique pour assurer le suivi des envois.

L'outil propose aussi à l'utilisateur un gain de temps dans la gestion des retours d'e-mails en optimisant le suivi des messages. Vous avez la possibilité d'être prévenu à chaque réception de messages par un système de notification. Très utile pour les destinataires qui ne donnent pas de réponse et qui se réveillent du jour au lendemain. Boomerang possède l'avantage de pouvoir être installé sur les smartphones, mais seulement sous Android, ainsi vous pouvez facilement commencer la rédaction d'un e-mail au bureau et le terminer le soir à la maison.

**Prix : gratuit.**

## MailButler

**C'est un outil de programmation d'e-mails particulier, car il est compatible pour Apple Mail, mais aussi pour Gmail et Outlook. Excellent outil de programmation qui permet à tout utilisateur de Mac ou d'Iphone de programmer à l'avance l'envoi de ses e-mails.**

MailButler vous permet de suivre vos e-mails en temps réel tout en ayant connaissance des informations d'ouverture et de lecture de ces derniers. Vos messages peuvent être rédigés, puis être mis en brouillon pour être repris quelques jours plus tard, pas d'urgence à le terminer tout de suite. Les atouts de cet outil sont le générateur de signature intégré qui vous donne accès à une collection très vaste de modèles de signature dans lesquels vous n'avez plus qu'à insérer vos coordonnées. L'autre atout de MailButler est le fait de pouvoir annuler un e-mail après son envoi tant que celui-ci n'est pas livré.

**Prix : gratuit avec l'affichage de publicités.**

**Il existe trois versions payantes allant de 7,95 € à 29,95 € par mois et par utilisateur.**

## 5 e-mails trackers à tester

### HubSpot

L'e-mail-tracker de HubSpot est l'un des plus complets. Il permet de connaître en instantané lorsque le destinataire a ouvert l'e-mail et lorsqu'il a cliqué sur un lien. Cet outil propose la création de séquences d'e-mails automatisés pour le suivi des prospects ainsi que la possibilité de voir l'historique des interactions entre le prospect et vos contenus. L'e-mail tracker de HubSpot est compatible avec Gmail, G Suite, Outlook et Office 365.

**Prix : gratuit.**

**Des abonnements existent pour accéder à plus de fonctionnalités.**

### MailTrack

**MailTrack est un e-mail tracking spécialement compatible avec Gmail et Inbox.**

Il vous permet de savoir quand les e-mails expédiés ont été ouverts et surtout quand ils ont été lus et combien de fois. C'est l'outil idéal pour les entreprises et les freelances. MailTrack vous propose des rapports de lecture et vous donne accès à un tableau de bord simple d'utilisation.

**Prix : Il existe une version gratuite et une version avec abonnement à l'année pour 59 \$.**

### MailTag

**MailTag est l'outil parfait d'e-mail tracking car il passe inaperçu auprès de n'importe quel utilisateur.** Vous pouvez suivre facilement l'ouverture des e-mails expédiés, mais aussi vous avez la possibilité de surveiller le taux de clic, et ce directement en passant par votre boîte de réception. MailTag vous délivre toutes les informations que vous souhaitez soit par notification sur votre bureau ou par e-mail. Cet outil vous fait aussi économiser du temps grâce à l'automatisation des e-mails.

**Prix : Il n'existe pas de version gratuite.**

**MailTag propose un abonnement unique à 9,99 \$ par mois et par utilisateur.**

## ContactMonkey

ContactMonkey est un e-mail tracker très complet permettant à la fois de savoir quand un e-mail est ouvert, qui l'a ouvert, pendant combien de temps le destinataire l'a lu et si le destinataire a cliqué sur le lien proposé. L'outil permet le suivi des e-mails avec Gmail et Outlook. Vous pouvez ainsi analyser les performances de votre messagerie, le taux de clics et suivre les informations pertinentes concernant l'envoi de vos e-mails en toute discrétion. ContactMonkey a la particularité d'être très simple d'utilisation. Vous avez la possibilité d'organiser l'ensemble de vos contacts pour en faire des listes de ceux qui par exemple ouvrent régulièrement ou non vos e-mails.

**Prix : Il existe 3 abonnements dont les prix sont accessibles par demande de devis directement sur le site.**

## SalesHandy

SalesHandy est l'outil e-mail tracking le plus répandu chez les entreprises. Ces dernières utilisent l'outil pour suivre l'envoi de leurs e-mails et surtout pour l'automatisation de certaines actions permettant de gagner un temps considérable. SalesHandy permet également de programmer et d'envoyer des campagnes d'e-mails personnalisés. Vous avez accès à toutes les analyses de suivi d'e-mails permettant de personnaliser les contenus de vos prochains envois.

**Prix : Une version gratuite limitée dans le temps et 3 offres allant de 12 à 59 \$ par mois et par utilisateur.**



# HubSpot

**Logiciel d'inbound marketing tout-en-un**

Rassemblez votre équipe marketing,  
vos outils et vos données  
sur une seule et même plateforme

**[Demander une démonstration](#)**