



A quoi sert cet outil en ligne ?

- un outil pour envoyer des emails et gérer sa base de données
- un outil qui rend possible la création d'une stratégie emailing avec ses tableaux de bord

Mailchimp est un outil freemium, c'est à dire qu'il est gratuit jusqu'à hauteur de 12 000 envois d'emails par mois et 2 000 emails en base de données.

Les points de vigilance

- Mailchimp fait partie des outils du cloud (nuage) ce qui induit que l'ensemble de votre base de données est hébergée sur des serveurs américains.
- outil en anglais

En pratique...

Adresse pour accéder à l'outil : mailchimp.com
Privilégier les navigateurs Firefox ou Chrome.
Moins Internet Explorer.

Création de compte

Rendez-vous sur le site : <https://mailchimp.com/> et cliquez sur le bouton indiqué :

- x une adresse email valide
- x un nom d'utilisateur (retenez le bien, c'est celui-ci qu'on vous demande à la connexion)
- x un mot de passe de 8 caractères minimum avec au moins une minuscule, une majuscule, un chiffre, un caractère spéciale (% , par exemple)

Cliquer sur "Create my account" et connectez-vous à votre boîte mail pour valider votre compte (dans le mail reçu, cliquer sur "Activate account"). Pensez à vérifier vos spams si jamais votre boîte de réception ne contient pas de mail de Mailchimp.

Une dernière vérification que vous êtes bien un humain, et la création de votre compte est terminé.

Le paramétrage (*Let's get started*)

Important : les informations demandées apparaîtront dans les mails que vous enverrez via Mailchimp.

Renseignez tous les champs suivants :

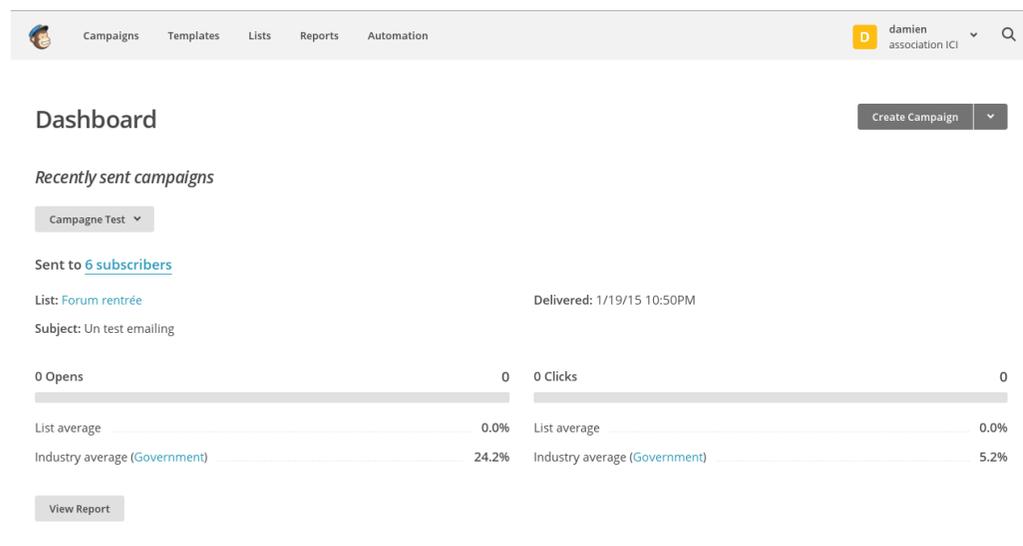
- x votre prénom
- x votre nom (vous pouvez mettre le nom de votre société)
- x votre email (déjà renseigné, n'apparaît pas dans les mails envoyés)
- x le nombre de personnes dans votre structure
- x l'ancienneté de votre structure
- x si vous avez une base de données (listing de mail) à intégrer par la suite
- x si vous gérez ce compte pour une tierce personne
- x le nom de votre structure
- x son site web (si vous n'avez pas de page web, vous pouvez vous en créer une facilement et rapidement avec

<https://www.checkthis.com>)

- ✗ l'adresse postale
- ✗ le domaine auquel se rattache votre structure
- ✗ le fuseau horaire. Pour la France, choisissez (GMT +1:00) Central European Time
- ✗ si vous le souhaitez, vous pouvez ajouter une photo

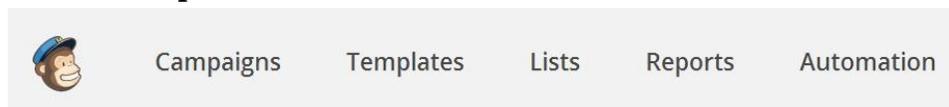
Enfin, valider les informations en cliquant sur "Save and get started"
Découverte du tableau de bord (dashboard)

Le tableau de bord (Dashboard)



Vos paramètres généraux de compte sont en haut à droite de l'écran. Cliquez sur votre identifiant pour faire apparaître le menu déroulant et accéder aux fonctions suivantes : Notifications | Profile | Compte | Aides (supports) | Déconnexion

Le Menu rapide



- Campaigns (campagnes) : campagnes envoyées, création de nouvelles campagnes
- Templates (modèles d'envoi) : modèles créés, création de nouveaux modèles, modèles pré-enregistrés
- Lists (bases de données ou lis)
- Reports (rapports) : rapports de campagnes, envoi de mails automatiques
- Automation : envois automatiques

A noter :

Lors de votre première utilisation, le tableau de bord contient un accès rapide à la création de campagnes, de templates ou de listes de diffusion.

Une fois vos premières campagnes et listes créées, votre tableau de bord vous présentera un historique de vos rapports.

Création d'une liste de diffusion (List)

Cliquez sur "Lists" dans le menu horizontal, puis sur "Create List"



Renseignez :

- ✗ un nom de liste (attention, elle sera visible des personnes qui y sont inscrites)
- ✗ l'adresse mail de l'expéditeur par défaut (Default "mail" name)
- ✗ le nom de l'expéditeur par défaut (Default "from" name)
- ✗ message de rappel des raisons de la réception du mail (intégré automatiquement à la newsletter qui sera associée à la liste)
- ✗ modifications, si nécessaire, de la domiciliation postale de la structure (pré-renseignées avec les informations ajoutées au paramétrage du compte)

Conseils ICI

- Créer un fichier CSV
- Commencer par créer une liste de diffusion "Test"(ou base de données). Lorsque vous testerez vos campagnes, vous l'enverrez ainsi à un panel réduit qui pourra vous faire un retour sur votre newsletter.

Réalisation d'une première campagne

Rendez-vous dans le menu Mailchimp : cliquer sur « Campaign » puis « Create campaign »

Regular ol' Campaign

Send a lovely HTML email along with a plain-text alternative version.

Plain-Text Campaign

Send a simple plain-text email with no pictures or formatting.

A/B Split Campaign

Send to two groups to determine the best subject line, from name, or time/day to send campaigns.

RSS-Driven Campaign

Send content from an RSS feed to a list.

Plusieurs formes de campagnes sont à disposition :

- ✗ Regular ol' Campaign : campagne contenant du texte et des contenus multimédias (images, animations GIF, etc.)
- ✗ Plain-text Campaign : campagne contenant seulement du texte
- ✗ A/B Split Camp : (en accès payant) campagne envoyée à deux listes différentes pour comparaison des retombées de campagne (ouverture mail, taux de clics, etc.)
- ✗ RSS-Driven Campaign : paramétrer l'envoi de campagnes automatiques en fonction des flux RSS (flux d'informations) gérés par votre structure

Partir sur Regular ol' Campaign

La première étape consiste à sélectionner la liste à qui est adressé la campagne.

Cliquer sur « Next » (écran en bas à gauche) pour aller à l'étape suivante.

Dans la partie « Setup », c'est le moment de régler les détails de votre campagne :

Recipients > **Setup** > Template > Design > Confirm

- ✗ Nom de la campagne
- ✗ Sujet (objet)
- ✗ Nom et email de l'expéditeur (pré-enregistrés avec vos identifiants de compte)
- ✗ Personnalisation pour l'expéditeur : inclure des informations relatives aux destinataires à la réception de l'email (prénom, nom, adresse email, etc.). Modifier le |**MERGETAGS**| en fonction de l'information que Mailchimp doit importer de la liste de diffusion (liste des |**MERGETAGS**| disponibles en cliquant sur le lien « merge tags »)

Paramétrage du « Tracking »

L'un des possibilités de Mailchimp, lorsque vous envoyez une campagne, est d'observer la réaction qu'elle engendre sur les destinataires.

Avec un compte gratuit, vous pouvez savoir :

- ✗ Qui a ouvert ou non la campagne
- ✗ Qui a cliqué ou non sur les liens intégrés

Tracking

- Track opens
Discover who opens your campaigns by tracking the number of times an invisible web beacon embedded in the campaign is downloaded. [Learn more](#)
- Track clicks Required on free accounts
Discover which campaign links were clicked, how many times they were clicked, and who did the clicking.
- Track plain-text clicks Required on free accounts
Track opens and clicks in the plain-text version of your email by replacing all links with tracking URLs. [Learn more](#)

Création de votre newsletter

Recipients > Setup > **Template** > Design > Confirm

Choix du « template » (mise en forme)

« Basic » : choisir une forme vierge, avec des colonnes et des bannières pré-disposées (plusieurs choix possibles)

« Themes » : campagnes déjà réalisées avec Mailchimp et dont les templates sont libres de droits.

« Saved templates » : templates créés par vous

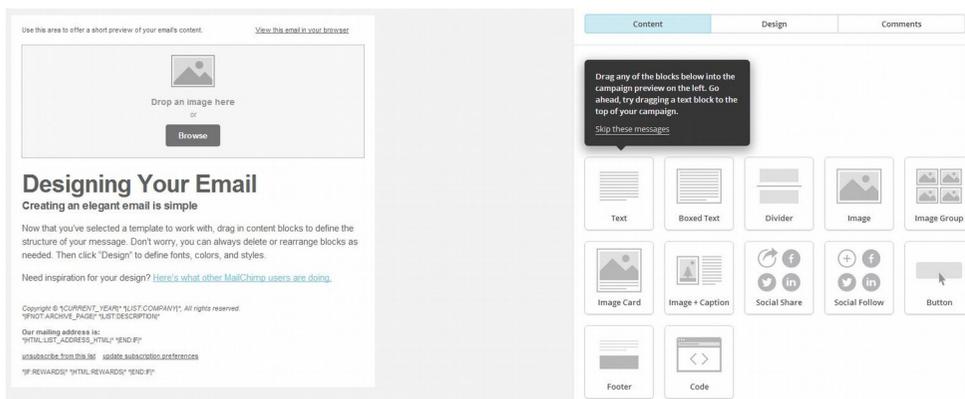
« Campaign » : précédentes campagnes réalisées et dont vous pouvez réutiliser les templates

« Code your own » : coder en HTML votre propre mise en forme

Pour l'exemple, nous utiliserons dans la catégorie « Basic », le template « 1 column ».

Notez bien que les formes des templates ne sont pas figés et que vous pouvez intégrer autant de colonnes et de bannières que vous souhaitez.

Après avoir cliqué sur « Next », vous arrivez sur la page ci-dessous.



La partie de gauche représente l'email tel qu'il sera envoyé.

La partie de droite vous permet de régler le design de chaque bloc de votre email, d'en ajouter de nouveaux (de catégories différentes) en utilisant le système du « drag and drop » (sélectionner et faire glisser).

- x texte
- x texte délimité par un cadre
- x ligne horizontale
- x image
- x groupe d'image
- x image avec texte : en haut ou en bas de l'image (Image Card), à droite ou à gauche de l'image (Image Caption)
- x boutons de partage réseaux sociaux
- x boutons de suivi réseaux sociaux

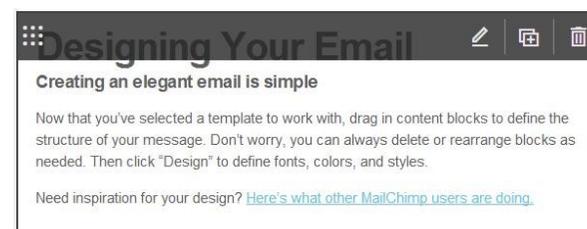
x autre bouton

x pied de page avec mentions légales

x code

Modification d'un bloc

Pour modifier un bloc, glisser la souris dessus. une barre noire apparaît, vous pouvez interagir sur le bloc de façons différentes.



x à gauche : déplacer le bloc en cliquant gauche maintenu sur

x à droite : modifier, dupliquer ou supprimer le bloc en cliquant sur les icônes suivants



Après avoir cliqué sur l'icône de modification, la partie à droite de l'écran fait apparaître le contenu du bloc sélectionné.



Designing Your Email

Creating an elegant email is simple

Now that you've selected a template to work with, drag in content blocks to define the structure of your message. Don't worry, you can always delete or rearrange blocks as needed. Then click "Design" to define fonts, colors, and styles.

Need inspiration for your design? [Here's what other MailChimp users are doing.](#)

- x Content : réglages du contenu (rédaction, mise en forme, etc.)
- x Style : réglage du style global du bloc (couleur du text, police, taille, alignement). Les choix faits dans cette partie impacteront la mise en forme du bloc sélectionné ou de celles des autres blocs créés (option à cocher plus bas)
 NCette option permet de vous faire gagner un temps précieux mais ne vous permet pas de paramétrer la mise en forme dans son intégralité
- x Settings : répartir le texte du bloc dans une ou deux colonnes

Ajout d'image dans un bloc image

Pour ajouter une photo dans un bloc prévu à cet effet, ouvrir le dossier contenant l'image, la sélectionner et avec un clic gauche maintenu, la faire glisser vers le bloc.

Vous pouvez également importer du contenu depuis Internet, avec des images trouvées en ligne et avec l'URL correspondant. Attention à ce que les images soient libres de droit.

Conseil ICI : créer un dossier, sur l'ordinateur, contenant toutes les photos à intégrer à votre campagne.

Footer et mentions légales

Le bloc « Footer » (bas de page) comporte un certain nombre de mentions légales pré-disposées.

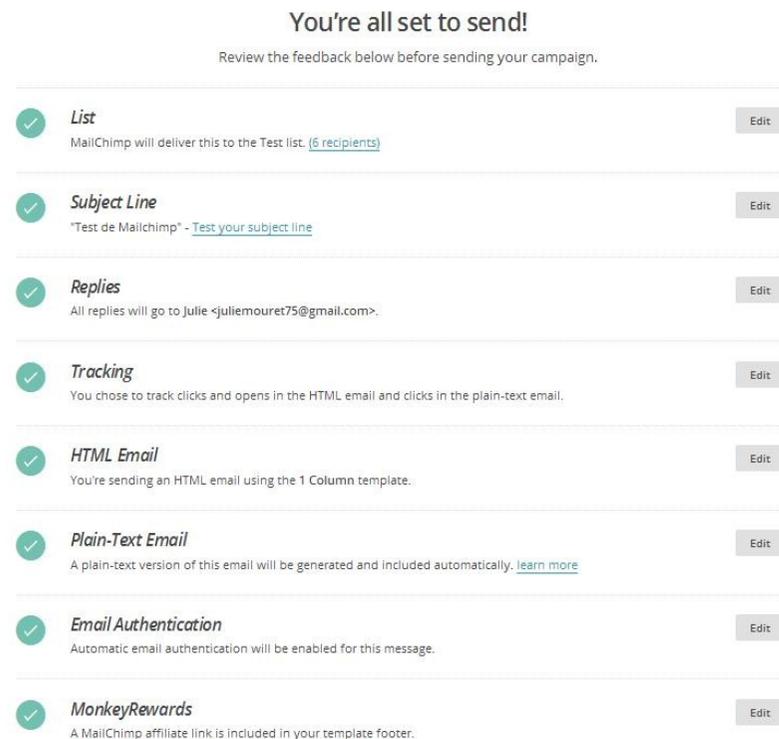
Celles-ci doivent donner un certain nombre d'informations concernant l'expéditeur (avec les merge tags) et doivent permettre aux destinataires d'exercer leurs droits (notamment le droit à la désinscription de la liste de diffusion).

Renseignez-vous auprès de la CNIL pour connaître les mentions légales que votre structure est dans l'obligation d'indiquer sur : <http://www.cnil.fr/vos-obligations/informations-legales/>

Dernière étape : l'envoi

L'étape suivante est une sorte de « checklist » vérifiant que vous avez bien rempli toutes les étapes nécessitant l'envoi (liste de diffusion,

tracking, changement de contenu automatisé, etc.). Si tous les voyants sont au vert, la campagne est prête à être envoyée.



Ce guide a été réalisé par l'association www.associationici.fr

