



**Créez une belle histoire avec vos clients**

**GUIDE HÉLIUM CONNECT :**  
**UTILISATION DE L'APPLICATION**  
**EMAILING**

---



# SOMMAIRE

---

## 1 - GÉNÉRALITÉS (P3)

- 1.1 ACCÈS À L'APPLICATION
- 1.2 LES ONGLETS DE L'APPLICATION
- 1.3 DIX BONNES PRATIQUES

## 2 - L'IMPORT DE CONTACTS (P6)

- 2.1 LA CRÉATION DE CONTACTS MANUELS
- 2.2 L'AJOUT D'UN NOUVEAU CHAMP DE PERSONNALISATION D'UN CONTACT
- 2.3 L'IMPORT DE CONTACTS AUTOMATISÉ
  - 2.31 - L'import automatisé d'informations dans « carnets de notes » et « suivi des échanges »
  - 2.32 - L'import automatisé de hard bounce

## 3 - LA CRÉATION ET L'ENVOI D'UNE CAMPAGNE EMAIL (P15)

- 3.1 LES INFORMATIONS DE BASE DE L'EMAILING
- 3.2 LA CRÉATION DE L'EMAILING À PARTIR D'UN MODÈLE
  - 3.21 - La création et l'utilisation de gifs animés
- 3.3 LA PRÉVISUALISATION DE L'EMAILING
- 3.4 LA SÉLECTION DES DESTINATAIRES
- 3.5 LA PROGRAMMATION DE L'EMAILING
- 3.6 LE TRACKING DE L'EMAILING
- 3.7 LE TEST DE LA CAMPAGNE (AVANT ENVOI)
- 3.8 L'ENVOI DE LA CAMPAGNE
- 3.9 LES STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE
- 3.10 DUPLIQUER UNE CAMPAGNE

## 4 - LA RELANCE D'UNE CAMPAGNE EMAIL (P34)

## 5 - LA CRÉATION ET L'ENVOI D'UNE CAMPAGNE AUTOMATIQUE (P36)

## 6 - BIEN UTILISER L'ÉDITEUR DE TEXTE (P39)

## 7 - AJOUTER UNE IMAGE DANS L'APPLICATION (P42)

## 8 - AJOUTER UN DOCUMENT DANS L'APPLICATION (P45)

# 1 - GÉNÉRALITÉS

## 1.1 - ACCÈS À L'APPLICATION

L'application e-mailing se trouve à cette adresse : <https://helium-connect.fr/>

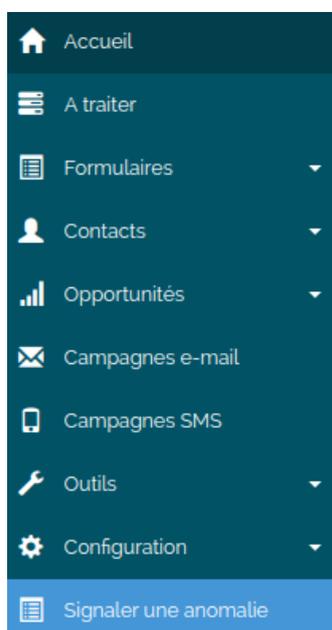
Elle donne accès à une page d'authentification.

**NB : Nous vous déconseillons d'utiliser Internet Explorer.  
C'est un navigateur obsolète qui n'est plus mis à jour depuis 2015.**

--> Nous vous invitons, pour une utilisation optimale de notre plateforme,  
à passer par un autre navigateur : **Chrome, Firefox, Edge.**

Une fois l'authentification réalisée (identifiant et mot de passe renseignés), vous arrivez sur la page d'accueil de l'application.

## 1.2 - LES ONGLETS DE L'APPLICATION



Les onglets, à gauche (cf encadré ci-dessus), vous permettent de naviguer facilement dans l'application.

NB : En fonction de votre abonnement à Hélium Connect, certains menus peuvent ne pas apparaître.

- **Accueil** = page d'accueil de l'application présentant les contacts enregistrés récemment, les statistiques enregistrements, les enregistrements récents...
- **A traiter** = pour suivre les actions à traiter.
- **Formulaires** = pour créer des formulaires et consulter les enregistrements réalisés.
- **Contacts** = pour faire une recherche parmi vos contacts enregistrés et en ajouter de nouveaux.
- **Opportunités** = pour créer et suivre vos opportunités commerciales.
- **Campagnes e-mail** = pour créer une nouvelle campagne e-mailing, modifier une campagne déjà créée (pas encore envoyée) ou supprimer une campagne.
- **Campagnes sms** = pour créer une nouvelle campagne sms, modifier une campagne déjà créée (pas encore envoyée) ou supprimer une campagne.
- **Outils** = pour gérer différents outils
  - o Images : pour ajouter de nouvelles images.
  - o Fichiers : pour ajouter de nouveaux fichiers.
  - o Liste de sélections : pour envoyer des e-mails transactionnels.
  - o Import/export (lab) : pour importer ou exporter de nouveaux contacts (ou enregistrements ou opportunités) dans l'application.
  - o Importer des contacts : pour accéder directement à la fonction import de contacts.
- **Configuration** = pour configurer l'application Hélium Connect
  - o Modèles d'e-mails : pour utiliser un modèle d'e-mail prédéfini pour votre campagne.
  - o Utilisateurs : ce sont les personnes utilisant l'application. Elles peuvent être affectées aux contacts.
  - o Profils : pour configurer les codes des champs de contact (ex : type de contact, date anniversaire contrat...) et d'opportunité (ex : type de prestation, budget mensuel...)
  - o Modèles d'exports : pour personnaliser les exports de contacts ou d'opportunités.

- o Gabarits de campagnes : pour mettre à jour les gabarits de vos campagnes e-mail → par défaut, ce n'est pas ouvert mais si vous connaissez le html et json (cf ci-dessous), nous pouvons vous l'ouvrir.

```
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C/DTD XHTML 1.0 Transitional //EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD
2 <html lang="en">
3
4 <head>
5 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8">
6 <meta name="x-apple-disable-message-reformatting" />
7 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
8 <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
9 <meta name="format-detection" content="telephone=no"><!-- <link href="https://fonts.googleapis.com/cs
10 <title>Votre e-mail</title>
11 <style>
12 @import url("https://fonts.googleapis.com/css?family=Raleway:300,400,500,600,700");
13
14 html {
15 width: 100%;
```

- o Administration des thèmes : pour mettre à jour les feuilles de style et le javascript des thèmes (formulaire / landing pages) → par défaut, ce n'est pas ouvert mais si vous connaissez le css (cf ci-dessous), nous pouvons vous l'ouvrir.

Editeur

```
1 @import url("https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans");
2
3 body, p, img, table, ul, li, div, a, dl, dt, dd, form, fieldset, h1, h2, h3, h4 {
4 margin: 0;
5 padding: 0;
6 color: #444444;
7 font: 14px/16px 'Open Sans', Helvetica, Arial sans-serif;
8 line-height: 1.5;
9 }
10
11 img {
12 max-width: 100%;
13 height: auto;
14 }
15
```

**Signaler une anomalie** = pour nous signaler tout problème lié à la nouvelle version de Helium Connect.

## 1.3 - 10 BONNES PRATIQUE DE L'EMAILING

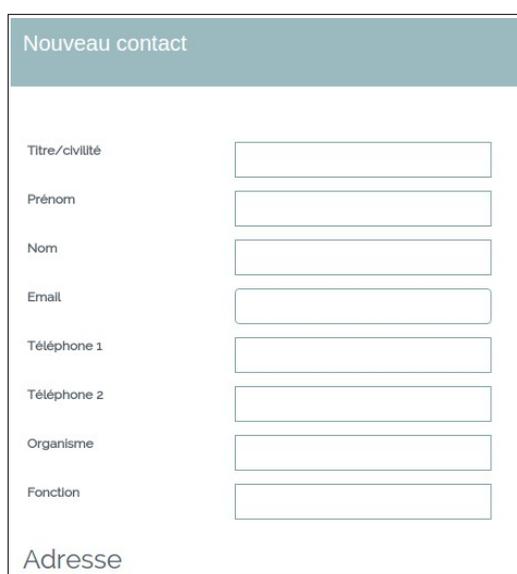
1. **Testez avant** : Envoyez-vous des tests, relisez votre e-mail et cliquez sur les liens avant de le diffuser à votre base de contacts.
2. **Segmentez** : Envoyez des e-mails ciblés à des destinataires choisis. Certaines informations sur lesquelles vous souhaitez communiquer ne concernent pas tous vos contacts.  
→ En fonction de l'information à délivrer (mise en avant d'un service, mise à disposition de documentations...), vos e-mailings vont concerner certains de vos contacts plutôt que d'autres.
3. **L'objet de l'e-mail** : Utilisez un objet court (30 à 50 caractères), simple, efficace et cohérent avec le contenu. Évitez les mots comme « Urgent » ou « Gratuit », les caractères spéciaux ( ?, !, %, €...) et les termes en majuscules au risque d'atterrir directement en spam.
4. **Identifiez-vous** : L'expéditeur de l'e-mail est le premier levier d'ouverture. Autrement dit, la confiance en l'expéditeur motive l'ouverture de l'e-mail. Servez-vous en.
5. **Passez partout** : 1 destinataire sur 2 lira votre e-mail sur son téléphone, soyez responsive (votre e-mail doit s'afficher parfaitement quel que soit le support de lecture).
6. **Incitez à passer à l'acte** : Soyez créatif et ne vous contentez pas des "cliquer ici" ou "lire la suite". Imaginez plutôt des appels à l'action de type « Abonnez-vous à notre newsletter ».
7. **Soignez l'atterrissage** : La page d'atterrissage de votre campagne ne sera pas forcément la page d'accueil de votre site. Ce sera celle qui est en rapport avec votre campagne. Elle sera donc potentiellement différente selon le sujet évoqué.
8. **Jours et heures d'envoi** : Testez différents jours et heures pour vos envois. Retenez les plus efficaces.
9. **Traitez les réponses** : Répondez à vos destinataires vous ayant contacté suite à un email.
10. **Évitez le spam** : Évitez les termes des spammeurs et les majuscules.

## 2 - L'IMPORT DE CONTACTS

### 2.1 - LA CRÉATION DE CONTACTS MANUELS

Voici les étapes à suivre pour ajouter un nouveau contact manuellement dans l'application :

1. Cliquez sur « Contacts » puis sur « Nouveau contact ».
2. Vous arrivez sur le formulaire de création de contacts. Remplissez les champs puis validez.



The screenshot shows a form titled "Nouveau contact" with the following fields:

- Titre/civilité
- Prénom
- Nom
- Email
- Téléphone 1
- Téléphone 2
- Organisme
- Fonction
- Adresse

3. Le contact est créé (sauf si l'application pense reconnaître ce contact : elle vous demande alors s'il s'agit bien de celui déjà en base ou si c'est effectivement un nouveau contact). Vous arrivez sur la fiche « Contact ». Si vous faites des changements, pensez à les valider pour qu'ils soient enregistrés.



The screenshot shows the contact profile for Audrey LE DENMAT. The header displays the name "Audrey LE DENMAT" and a profile icon. Below the header, there is a section for the contact's details:

- A placeholder for a profile picture with the text "Choisir une image" and a silhouette icon.
- The contact's name: Audrey LE DENMAT
- The company: NET HÉLIUM
- The email address: audrey.ledenmat@net-helium.fr
- The phone number: 0789497459
- A "Géolocaliser le contact" button.
- A "Carnet de notes" section with a pencil icon for editing.

## 2.2 - L'AJOUT D'1 CHAMP DE PERSONNALISATION

Pour qualifier votre base et vous donner davantage de possibilités de segmentation, vous pouvez créer un ou plusieurs champs, en plus de ceux déjà présents (ex : date de naissance, secteur d'activité...).

Note : Pour avoir une vision d'ensemble des champs dont vous disposez à date pour caractériser vos contacts (champs présents par défaut dans l'application + champs de personnalisation déjà configurés), rendez-vous dans l'onglet « Outils » puis dans « Importer des contacts » :

### Entêtes génériques

- CIVILITE
- NOM
- PRENOM
- EMAIL
- ORGANISATION
- FONCTION
- ADRESSE
- CP
- VILLE
- PAYS
- TELEPHONE
- TELEPHONE2

### Entêtes que vous avez personnalisés dans votre configuration

- AGE
- TYPE
- LANGUE
- ORIGINE
- LETTRE\_INFO
- DATE\_NAISSANCE
- LETTRE\_SAISONS
- ADHCLUB

Plutôt que d'être entrés à la main dans la base, vos contacts peuvent en effet être importés automatiquement à partir d'un fichier Excel.

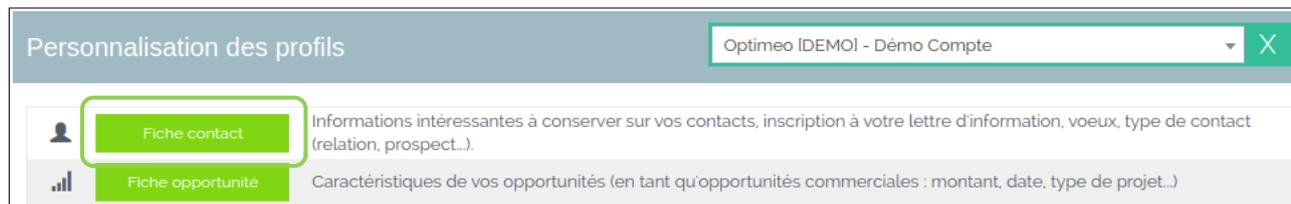
Pour cela, la première ligne de votre fichier Excel doit comporter les noms de colonnes, parmi les valeurs ci-dessus (= codes des champs de contact en majuscules).

Exemple de fichier Excel à importer :

NOM	PRENOM	ORGANISATION	EMAIL	DATE_NAISSANCE

Voici les étapes à suivre pour créer un nouveau champ de personnalisation :

- Rendez-vous dans « Configuration » → « Profils » → « Fiche contact ».



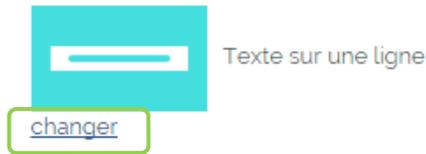
- Cliquez sur « Modifier les questions » (ou sur le petit crayon si vos champs sont classés dans plusieurs blocs). Puis, cliquez sur « Ajouter une question ».



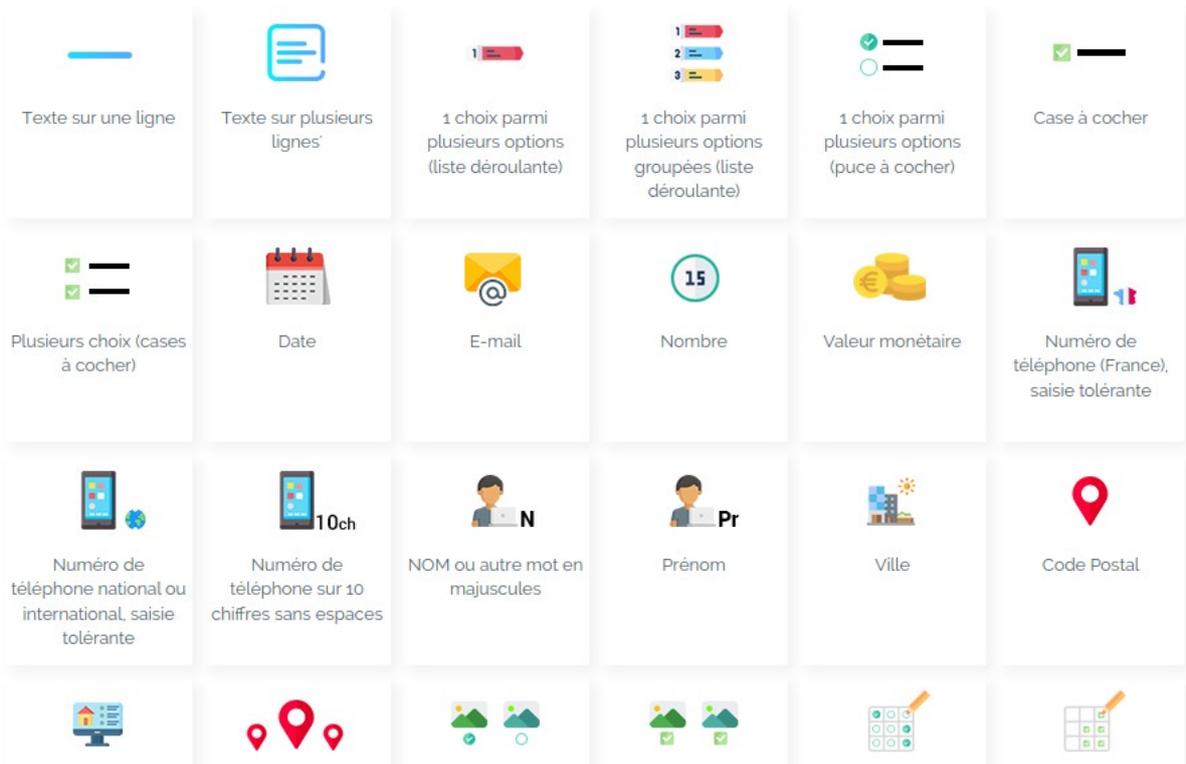
- Indiquez **le nom du champ** dans « Questions » ainsi que **le code enregistrement** (version raccourcie, en majuscules, sans espace mais avec un tiret) puis validez tout en bas.

- La forme de question est la plupart du temps à adapter. Par exemple, pour un champ de type "Tranche d'âge », le type de réponse sera des puces (1 seul choix possible parmi les tranches proposées). Au niveau de réponse attendue, cliquez sur « changer ».

Réponse attendue



Divers types de réponses vous sont proposés, dont celui qui nous intéresse dans notre exemple : « 1 choix parmi plusieurs options (puce à cocher) ». Cliquez dessus.



Dans « Choix proposés », indiquez vos tranches d'âge (ex : « < à 20 ans ») et leur code enregistrement (ex : « <20 »).

### Choix proposés

<p>texte</p> <p>Inférieur 20 ans</p> <p>Valeur</p> <p>-20 ✕</p>	<p>texte</p> <p>20-40 ans</p> <p>Valeur</p> <p>20-40 ✕</p>
<p>texte</p> <p>40-60 ans</p> <p>Valeur</p> <p>40-60 ✕</p>	<p>texte</p> <p>Supérieur 60 ans</p> <p>Valeur</p> <p>+60 ✕</p>

En dessous, nous vous rappelons que le code enregistrement de la question doit être renseigné (en majuscules et sans caractères spéciaux).

Code enregistrement

AGE

Ainsi, dans le fichier Excel que vous importerez, il faudra une colonne intitulée avec le nom du code enregistrement et pour chaque ligne de la colonne, l'une des tranches d'âge (voir trame de fichier ci-dessous).

NOM	PRENOM	ORGANISATION	EMAIL	AGE
				20-40
				40-60
				40-60
				-20

Ensuite, vous importerez ce fichier dans l'application. Vous pourrez de cette façon envoyer une campagne uniquement à vos contacts de 20-40 ans par exemple.

→ Pour vérifier que votre nouveau champ a bien été créé, cliquez sur l'onglet « Contact » de l'application puis sur le lien « Liste » : vous pouvez à cet endroit rechercher un contact (via un moteur de recherche dédié) et consulter les derniers contacts créés.

Notez qu'en affichage « Liste », vous pouvez trier les contacts par nom, par organisation, par date de création ou encore par validité d'email (valide, non valide, non vérifié).



Cliquez sur un contact.



Le nouveau champ créé apparaît bien, il ne vous reste plus qu'à le compléter et à valider.

Choisir une image

Audrey LE DENMAT  
NET HÉLIUM  
audreyledenmat@net-helium.fr ✉  
0789497459

Géolocaliser le contact

17/10/2017 - 16:55

Carnet de notes

Planifier une action pour ce contact

Profil Divers

Tranche d'âge :

Suivi des échanges

Voir plus  
Valider

## 2.3 - L'IMPORT DE CONTACTS AUTOMATISÉ

- Cliquez sur l'onglet « Outils » puis sur le lien « Importer des contacts »,
- Cette page s'affiche.

Chargement de votre fichier Excel

En tâche de fond

Sélectionner le fichier à importer

Choisir un fichier

Aucun fichier choisi

Que faut-il faire des contacts sans mail ?

Ignorer  Ajouter ou mettre à jour

Que faut-il faire des doublons (détection sur e-mail ou identifiant) ?

Mettre à jour la fiche  Ignorer

Pour les colonnes à choix multiples

Ajouter les valeurs si manquantes  Annuler et remplacer avec les nouvelles valeurs

Traitement des cellules vides

Ne pas modifier la valeur en base  Supprimer la valeur en base (\*)

(\*) Si le champ concerné par la suppression des valeurs est un champ multiple, veuillez à sélectionner 'Annuler et remplacer avec les nouvelles valeurs' à la question 'Pour les colonnes à choix multiples' ci-dessus.

Quand l'adresse e-mail est invalide

Rejeter la fiche contact  Faire comme s'il n'y avait pas d'adresse e-mail

Importer

Format d'import

Vous pouvez importer des fichiers Excel (.xls, .xlsx)

La première ligne doit comporter les noms de colonnes, parmi les valeurs suivantes :

Entêtes génériques

- CIVILITE
- NOM
- PRENOM

- Aller chercher le fichier là où il est enregistré sur votre ordinateur.
- Laisser les 5 cases cochées par défaut.
- Cliquer sur « Importer » pour générer le fichier Excel.
- En dessous, dans « Format d'import » : rappel des noms de colonne à utiliser dans votre fichier Excel pour que l'import fonctionne.

## 2.31 - L'IMPORT AUTOMATISÉ D'INFORMATIONS DANS « CARNETS DE NOTES » ET « SUIVI DES ÉCHANGES »

**Notez ci-après la démarche spécifique visant à alimenter les parties « Carnets de notes » et « Suivi des échanges » d'une fiche contact :**

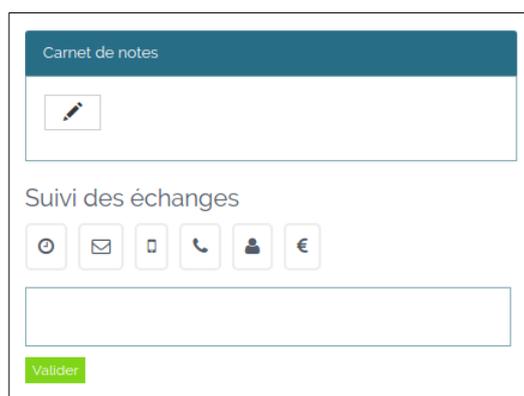
- pour importer un texte dans le champ "Carnet de notes", il faut que votre colonne s'intitule **COMMENTAIRES**

- pour importer un contenu dans le suivi des échanges, il faut 2 colonnes :

> 1 colonne **EVENEMENT** qui contiendra le texte

> 1 colonne **TYPE\_EVENEMENT** qui contiendra le type d'échange (note, e-mail, appel, rendez-vous, devis), sachant que ces échanges sont codifiés (à écrire en minuscules) :

- pour importer une note, faire figurer le mot **news**
- pour importer un e-mail, faire figurer le mot **email**
- pour importer un appel, faire figurer le mot **call**
- pour importer un rendez-vous, faire figurer le mot **meeting**
- pour importer un devis, faire figurer le mot **quotation**



The image shows a screenshot of a contact form. At the top, there is a section titled "Carnet de notes" with a dark blue header and a white text area containing a pencil icon. Below this is a section titled "Suivi des échanges" with a white header and a row of six icons: a clock, an envelope, a smartphone, a telephone handset, a person silhouette, and a Euro symbol. Underneath these icons is a large white text input field. At the bottom left of the form is a green button labeled "Valider".

## 2.32 - L'IMPORT AUTOMATISÉ DE HARD BOUNCE

*Préambule : Information sur les soft bounce et leur traitement dans Hélium Connect*

*Suite à une campagne envoyée, les contacts dont l'adresse e-mail revient en soft bounce sont écartés des prochains envois durant 13 jours (e-mail rouge sur la fiche du contact pendant 13j). Au 14<sup>e</sup> jour, l'adresse e-mail repasse en neutre (elle n'est plus en rouge sur la fiche) et revient dans le pool des adresses éligibles à recevoir une campagne. Au bout de 10 fois, si l'adresse e-mail revient en soft bounce à chaque fois, on passe le contact en écarté des campagnes définitivement et son adresse e-mail reste en rouge dans sa fiche.*

*Pour les autres erreurs (hard bounce, bloqué, spam), le contact est écarté directement des campagnes dès la constatation de l'erreur.*

**Notez ci-après la démarche spécifique visant à importer automatiquement dans Hélium Connect une liste d'adresses email hard bounce :**

- pour importer une liste d'adresses email hard bounce, il faut 2 colonnes :

> 1 colonne **EMAIL**

> 1 colonne **EMAIL\_STATUS** qui contiendra la valeur **301**

*Exemple :*

EMAIL	EMAIL_STATUS
ald@gmail.com	301
jr@yahoo.fr	301
qlg@hotmail.fr	301

# 3 - LA CRÉATION D'UNE CAMPAGNE

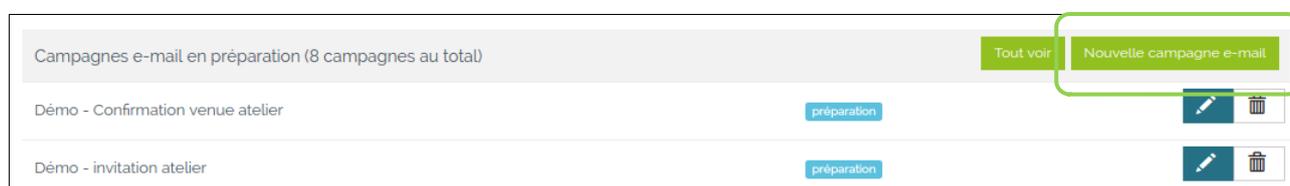
- Pour créer une campagne, rendez-vous dans l'onglet « Campagnes » de l'application. Vous arrivez sur la page d'accueil de vos campagnes.

Vous y trouverez l'ensemble de vos campagnes :

- celles en cours de préparation (en bleu)
- celles déjà envoyées (en vert)



- Cliquez sur le bouton « Nouvelle campagne e-mail ».



## 3.1 - LES INFORMATIONS DE BASE DE L'EMAILING

- Un formulaire composé de 4 champs à remplir s'ouvre. Remplissez-les puis validez.

The form contains the following fields and options:

- Nom: [Empty text input field]
- Nom de l'expéditeur: [Empty text input field]
- Expéditeur: [Dropdown menu with "contact@net-helium.fr" selected]
- Objet du mail: [Empty text input field]
- Type de campagne:   
 Marketing classique   
 Permanente
- At the bottom is a green "Valider" button.

> **Nom** : titre de votre campagne, telle qu'elle apparaîtra dans l'application, dans la liste de vos campagnes en cours ou terminées.

> **Nom de l'expéditeur** : nom avec lequel vous envoyez la campagne. C'est avec ce nom que vous apparaîtrez dans la messagerie des destinataires.

Exemples : Optimeo, Equipe Optimeo, Optimeo

Rennes...

> **Expéditeur** : adresse e-mail avec laquelle est envoyée la campagne.

→ Si vous souhaitez l'envoyer avec une autre adresse e-mail, faites-en la demande à Net Hélium.

> **Objet du mail** : intitulé de votre message tel qu'il apparaîtra dans la messagerie de vos destinataires (cf bonnes pratiques : il doit être court, simple et efficace).

→ Cf ci-dessous le nombre de caractères affiché en objet par webmail

### Limitation de la longueur de l'objet par webmail

Webmail	Nombre de caractères affichés
Gmail.com	77
Outlook.com	60
LaPoste.net	45
Yahoo.fr	77
Orange.fr	30

→ Liste des mots à bannir dans l'objet

#### **Crédit**

Opportunité - Sans frais - Carte bancaire - Virement Paypal - Taux d'intérêt

#### **Promotion et gratuité**

Meilleur prix - Prix les plus bas - Moins de 50% - Promotion spéciale - Pour seulement - Offre - Gratuit - 100% gratuit - Installation gratuite - Accès gratuit - Échantillon gratuit - Essai gratuit - Investissement gratuit - Cadeau

#### **Incitation à l'action**

Annulation à tout moment - Inscrivez-vous gratuitement aujourd'hui - Nouveaux clients uniquement - Obtenez-le maintenant - Agissez dès maintenant - Commandez aujourd'hui - Qu'est-ce que vous attendez - Quantités limitées - Temps limité - Cliquez ici - Profitez aujourd'hui

#### **Argent et finance**

Éliminer vos dettes - Le taux d'intérêt le plus bas - Nous acceptons les cartes de crédit - Bonne affaire - Pas de frais

#### **Autre**

Bonjour - Vous avez été sélectionné - Ce n'est pas un spam

#### **Formules hyperboliques**

Aucun risque - Bon plan extraordinaire - Félicitations - Pour vous seulement - Les meilleurs taux - Incroyable

> **Type de campagne** : garder la case « marketing classique » cochée (une campagne permanente étant une campagne d'automatisation : relance clients inactifs, campagne post navigation...).

Vous arrivez sur un espace dédié à votre campagne, composé de plusieurs onglets. Le 1<sup>er</sup> onglet est réservé aux informations de base. Vous pouvez y modifier chacun des 4 champs précédemment remplis. Pensez alors à cliquer sur le bouton « Valider » pour enregistrer vos modifications.

Nous vous invitons également à remplir le 5<sup>ème</sup> champ intitulé « Pré header » avec une courte phrase, en rapport avec votre campagne, et à valider.

→ Le pré header, dans certaines messageries et sur les supports mobiles, s'affiche juste à côté de l'objet de votre campagne. Il joue un rôle réel pour inciter les internautes à ouvrir le message. C'est un contenu à ne pas négliger !

Informations de base	Contenu	Destinataires	Programmation	Tracking
Nom	Démonstration - invitation atelier			
Nom de l'expéditeur	Partageo			
Expéditeur	contact@net-helium.fr			
Objet du mail	Optimisation de votre trésorerie			
Pré-header	Vous souhaitez optimiser la trésorerie			
<a href="#">Valider</a>				

- Passons à l'onglet « Contenu ». C'est ici que vous allez créer le contenu de votre e-mail. Par défaut, le contenu est vide.

Vous avez 2 options :

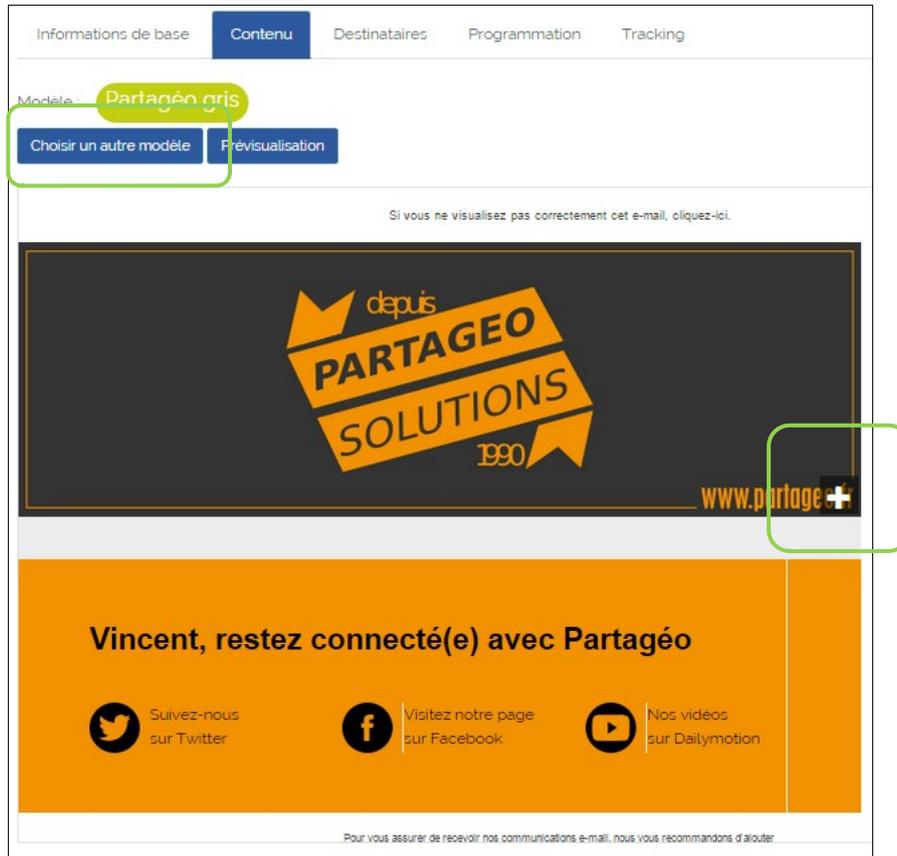
- 1/ vous utilisez un modèle d'e-mail et vous y ajoutez vos textes et images (= option préconisée),
- 2/ vous n'utilisez pas de modèle, insérez vos textes et images à partir d'une page blanche.

Informations de base	Contenu	Destinataires	Programmation	Tracking
<a href="#">Choisissez votre modèle</a>				

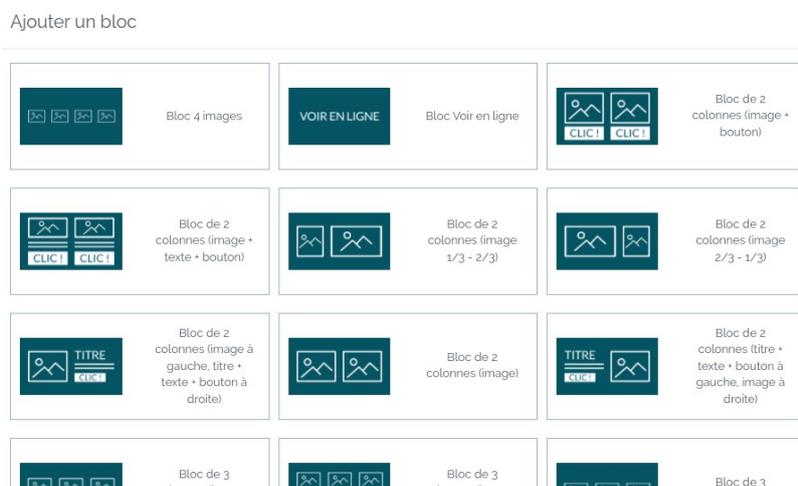
## 3.2 - LA CRÉATION DE L'EMAILING À PARTIR D'UN MODÈLE

- Cliquez sur le bouton « Choisir un modèle » et sélectionnez le modèle créé pour vous. Le modèle est maintenant intégré, avec entête et pied de page personnalisés. A vous de remplir le contenu du corps de l'e-mail : vous allez construire votre e-mail étage par étage.

Note : Si vous souhaitez modifier votre modèle (image de fond du header par exemple), faites-en la demande à Net Hélium.



- Pour cela, cliquez sur le petit « + ». Pour ajouter vos textes, images, boutons..., différentes formes vont vous être proposées :



- Choisissons par exemple ce bloc comprenant 1 titre + 1 image à gauche et 1 zone de texte (texte + bouton) à droite. Si vous cliquez dessus, il est directement ajouté au contenu de l'e-mail.



- > Si vous souhaitez le supprimer, cliquez sur la croix rouge.
- > Si vous souhaitez ajouter d'autres formes, cliquez sur le petit « + ».
- > Si vous souhaitez dupliquer un bloc, cliquez sur le bouton



> Il est également possible de modifier l'ordre des blocs via le bouton [Modifier l'ordre des blocs](#)

Si vous souhaitez compléter le bloc, passez sur chaque zone (titre, texte...) avec votre souris : un bouton « modifier » apparaîtra, comme ci-dessous.

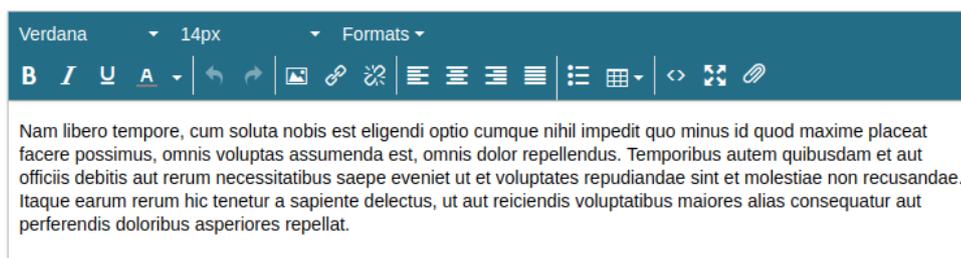


Une fenêtre s'ouvre, vous permettant de changer le texte, la couleur de fond, la couleur du texte, la police et la couleur du fond entier. Pensez à cliquer sur le bouton « valider » pour enregistrer vos modifications.

**Note** : Nous vous proposons seulement quelques polices de caractères (les plus connues et utilisées) pour nous assurer qu'elles s'afficheront bien chez vos destinataires.

Selon les zones, un lien html peut vous être demandé, conduisant l'internaute à une page de votre site Internet (ou autre).

L'éditeur de texte vous permet quant à lui de mettre en forme votre texte à votre convenance (gras, italique, souligné...). Cf « Bien utiliser l'éditeur de texte ».



## Vous souhaitez modifier l'image ?

> Cliquez sur le bouton « modifier », sur l'image.

> Ensuite, cliquez sur le lien « Gérer / choisir les images » pour enregistrer une nouvelle image dans l'application (ou directement sur « Choisir une image » si votre image est déjà enregistrée dans l'application). Notez que l'image à insérer, dans cet exemple, doit faire au moins 268 px de largeur.



image (dim : largeur 268px - hauteur libre)

Dimensions  
Largeur 268px  
Hauteur libre

choisir une image  
gérer / charger les images

url  
http://

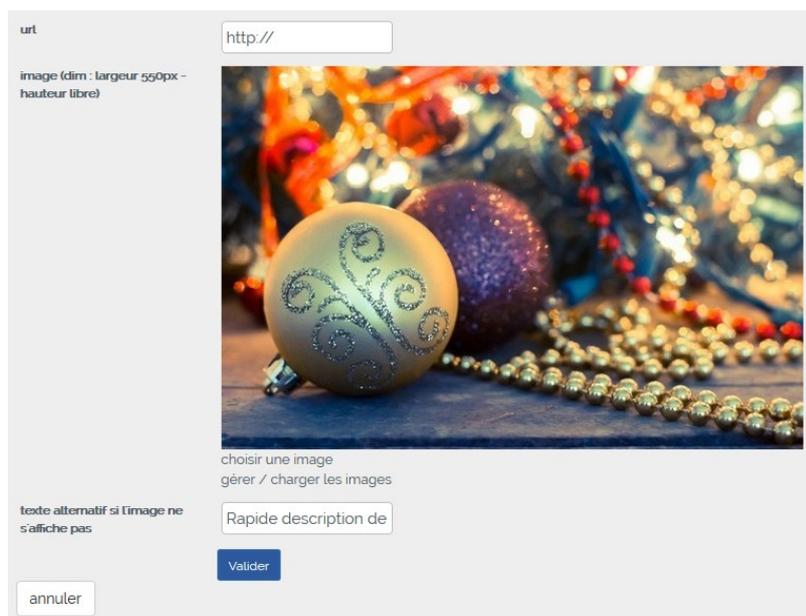
Valider

annuler

> Sous « Ajouter une image », cliquez sur « Sélect. Fichiers » pour aller chercher l'image là où elle se trouve sur votre ordinateur.

> Choisissez alors de la recadrer ou de conserver son format original.

> Retournez maintenant sur votre campagne, dans l'onglet « contenu », sur l'image et cliquez sur « modifier ». Cliquez sur le lien « Choisir une image » et sélectionnez celle que vous souhaitez voir apparaître.



url  
http://

image (dim : largeur 550px - hauteur libre)

choisir une image  
gérer / charger les images

texte alternatif si l'image ne s'affiche pas  
Rapide description de

Valider

annuler

\* Indiquez une URL, c'est-à-dire le lien de la page de destination de votre campagne (les internautes cliquent plus facilement sur les images).

\* Par ailleurs, n'oubliez pas de remplir le champ « texte alternatif si l'image ne s'affiche pas » (car 2 messageries professionnelles sur 3 bloquent les images). Pensez bien à valider.

### 3.21 - LA CRÉATION ET L'UTILISATION DE GIFS ANIMÉS

#### > Comment créer un GIF animé ?

Il n'est nécessaire de faire appel à un graphiste pour réaliser un gif animé. Vous pouvez le faire vous-même, sans connaissance particulière.

Il vous suffit de vous rendre sur l'un de ces sites gratuits pour créer vos propres GIFs à partir des photos et des vidéos de votre choix. Quelques clics suffisent !

<https://makeagif.com/> ou <https://imgflip.com/gif-maker>

Vous pouvez aussi en trouver des déjà faits sur cette immense base de données :

<https://giphy.com/>

#### > Comment insérer un GIF animé dans un email ?

Insérez-le dans votre email à la manière d'une image. Vous vérifierez qu'il fonctionne bien en vous envoyant des tests et le corrigerez si besoin avant de lancer votre campagne.

#### > Astuces :

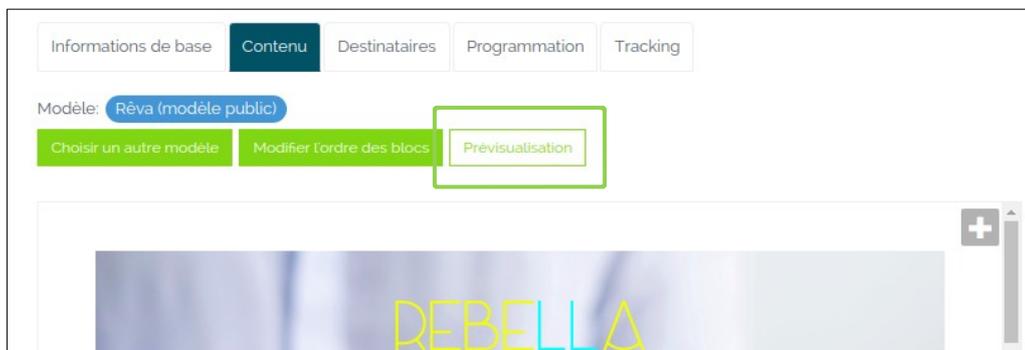
1/ Certaines versions d'**Outlook** ne lisent pas les GIF animés. Dans ce cas, seule la première image du GIF est montrée. Donc assurez-vous que cette première image par défaut soit suffisamment claire et attirante.

2/ Attention au **poids** de votre GIF animé. S'il est trop lourd, cela allongera le temps de chargement de votre email. Si besoin, allégez le poids de votre GIF animé grâce à ce site : <https://www.iloveimg.com/fr>

3/ Enfin, **ne surexploitez pas les GIFs** au risque d'ennuyer vos destinataires.

### 3.3 - LA PRÉVISUALISATION DE L'EMAILING

A tout moment, vous pouvez cliquer sur le bouton « Prévisualisation » pour voir votre e-mailing dans sa version finalisée (c'est-à-dire comme le recevront vos contacts dans leur messagerie).



Vous pourrez avoir un aperçu de votre campagne selon différentes largeurs d'écran :



### 3.4 - LA SÉLECTION DES DESTINATAIRES

- Après avoir créé le contenu de votre campagne et procédé aux ajustements nécessaires grâce à la prévisualisation, rendez-vous sur l'onglet suivant : « Destinataires ».



- C'est à cet endroit que vous allez sélectionner les contacts à qui vous souhaitez envoyer votre campagne. Dès que vous aurez des contacts en base, vous pourrez facilement, avec l'application, cibler les personnes qui vous intéressent pour votre campagne, en fonction des champs définis dans vos formulaires (âge, code postal, etc.).

Vous avez 2 options :

1/ soit vous cliquez sur le bouton « Choisir les destinataires » pour renseigner un ou plusieurs critères (ex : le type de contact et le code postal → tous vos prospects du dep 35)

2/ soit vous créez une liste de sélection,

Option 1 : choisir les destinataires (= fonctionnalité historique : elle sera bientôt supprimée)

Sélection historique (ancienne fonction supprimée prochainement)

Choisir les destinataires

Effectuez votre sélection et enregistrez.

Informations de base	Contenu	<b>Destinataires</b>	Programmation	Test A/B	Tracking	
Type de contact :	<input type="checkbox"/> Prospect	<input checked="" type="checkbox"/> Client	<input type="checkbox"/> Partenaire	<input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Vide	
Tranche d'âge :	<input type="checkbox"/> < 20	<input type="checkbox"/> 20-40	<input type="checkbox"/> 40-60	<input type="checkbox"/> > 60	<input type="checkbox"/> > 80	<input type="checkbox"/> Vide
Langue :	<input type="checkbox"/> Français	<input type="checkbox"/> Anglais	<input type="checkbox"/> Espagnol	<input type="checkbox"/> Italien	<input type="checkbox"/> Allemand	<input type="checkbox"/> Vide
Département :	<input type="checkbox"/> Côtes d'Armor	<input type="checkbox"/> Finistère	<input type="checkbox"/> Ille et Vilaine	<input type="checkbox"/> Morbihan	<input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Vide

L'application calculera automatiquement le nombre de destinataires et l'affichera dans cette partie.

## Option 2 : créer ou choisir une liste de sélection

Modèle

Nouvelle liste de sélection ▼

Appliquer Annuler

Exemples de listes de sélection :

> Pour adresser un mail de bienvenue : créer une liste de sélection de contacts qui répondent aux critères suivants :

- Date de création de compte : écoulée depuis moins de n jours
- Nombre de produit-s acheté-s : n

> Pour adresser une relance (suite à l'envoi d'une enquête de satisfaction par exemple) : créer une liste de sélection de contacts qui répondent aux critères suivants :

- Concerné par la campagne : ...
- Exclure : à répondu au formulaire...

> Pour adresser une population OU une autre population :

créer une liste de sélection de contacts qui répondent aux critères suivants :

- contacts : fichier clients 2018

et aux critères suivants :

- dep : 22, 35, 29
- segments : pro, part

Si votre liste de sélection est déjà créée :

il vous suffit de la sélectionner dans la liste déroulante et de cliquer sur Appliquer.

Exemple :

Modèle

20201027 Relance campagne ▼

Appliquer Annuler

L'application vous indiquera alors le nombre de destinataires correspondant à cette liste. Vous aurez la possibilité, si besoin, de modifier votre ciblage ou d'utiliser un autre modèle (c'est-à-dire une autre liste).

Si votre liste de sélection n'est pas encore créée :

vous devez cliquer sur « Nouvelle sélection » puis sur « Ajouter une population ». Puis, faites glisser de gauche à droite les critères pour créer votre liste.

Contacts

Civilité +

Nom +

Prénom +

E-mail +

Statut de l'email +

Glissez les critères de sélection

## **Cf notre guide sur les listes de sélection**

Ici aussi, l'application vous indiquera alors le nombre de destinataires correspondant à cette liste.

Vous aurez la possibilité, si besoin, de modifier votre ciblage ou d'utiliser un autre modèle (c'est-à-dire une autre liste).

### 3.5 - LA PROGRAMMATION DE LA CAMPAGNE

- Après avoir sélectionné les destinataires, rendez-vous dans l'onglet « Programmation » pour définir le jour et l'heure de l'envoi de votre campagne ainsi que sa vitesse de diffusion. Vous n'êtes pas obligé de programmer la date et l'heure d'envoi de votre campagne. C'est une fonctionnalité utile en cas d'absence par exemple.



- Indiquez, si vous le souhaitez, une date et une heure d'envoi.

Jour d'envoi

Heure du début de l'envoi  h

- En dessous, dans la partie "Vitesse de diffusion", déplacez le curseur sur la position souhaitée (de piéton à fusée).

#### Vitesse de diffusion

100 / h max   600 / h max   2500 / h max   8000 / h max   15000 / h max

**Recommandée**

Quelle vitesse choisir ?

Mode	Emails max/heure	Tolérance aux restrictions de délivrabilité	Quelle vitesse choisir ?
Piéton	100 max	+++	Base de qualité incertaine
Vélo	600 max	++	
Voiture	2 500 max	+	Pas de contrainte horaire = envoi plus sûr
Train	8 000 max	-	
Avion	15 000 max	+ ou -	Base propre - réception proche de l'heure de programmation
Fusée	Pas de limitations	-	

Un tableau vous détaille chaque vitesse d'envoi :

- **son débit maximal par heure** : c'est un débit maximal, donc qui peut être réduit en fonction du volume de campagnes envoyées en simultané par les autres clients Hélium Connect. Ainsi, si vous demandez un envoi le 1er jour des soldes à 8h du matin, il y a de fortes chances que vous ne soyez pas les seuls sur ce créneau horaire. La vitesse d'envoi sera ajustée en conséquence et le débit maximal sera alors moindre.

- **la tolérance aux restrictions de délivrabilité** : plus l'envoi est étiré dans le temps, plus sa délivrabilité sera bonne. A vous de juger de la vitesse que vous pouvez appliquer à cette campagne en fonction de l'information qu'elle contient.

- **pourquoi choisir telle ou telle vitesse** : adaptez la vitesse d'envoi de votre campagne en fonction de la qualité de votre base.

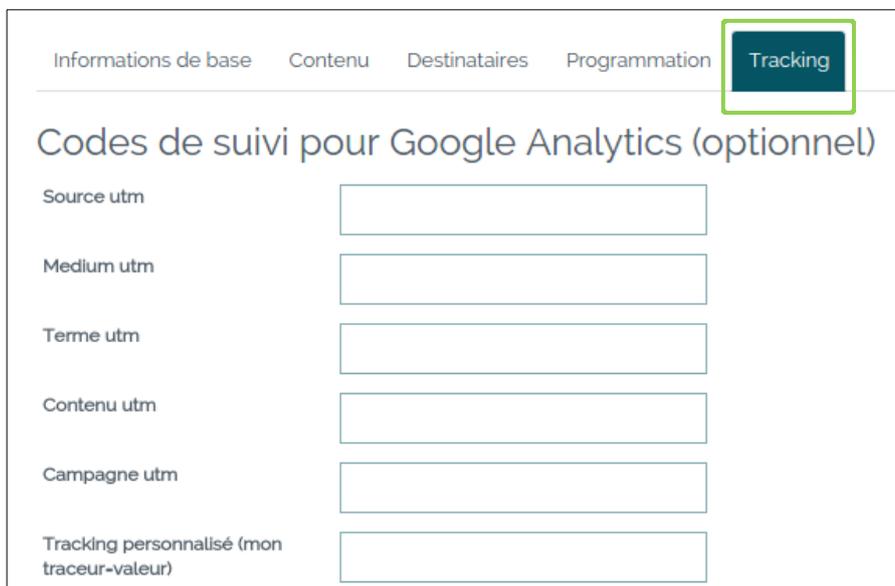
Si vous n'avez pas de solide historique d'expéditeur de campagnes e-mail (donc que vous n'êtes pas connu des fournisseurs d'adresse e-mail), choisissez impérativement des vitesses d'envoi lentes afin de vous bâtir une bonne réputation, puis augmentez progressivement vos vitesses d'envoi.

*NB : en fonction de la récence de votre souscription à Hélium Connect ou de la qualité perçue de votre base de contacts e-mail, il est possible que les vitesses d'envoi les plus rapides ne soient pas sélectionnables. Si c'est le cas, c'est dans votre intérêt que vos envois ont été bridés. Vous pouvez nous contacter à ce sujet pour échanger si besoin.*

- Confirmez vos choix en cliquant sur le bouton "Valider".

### 3.6 - LE TRACKING DE L'EMAILING

Pour information, le dernier onglet (« tracking ») permet d'ajouter des codes dans l'e-mail pour un suivi plus précis dans Google Analytics du parcours des internautes dans votre site, suite à l'envoi de la campagne.

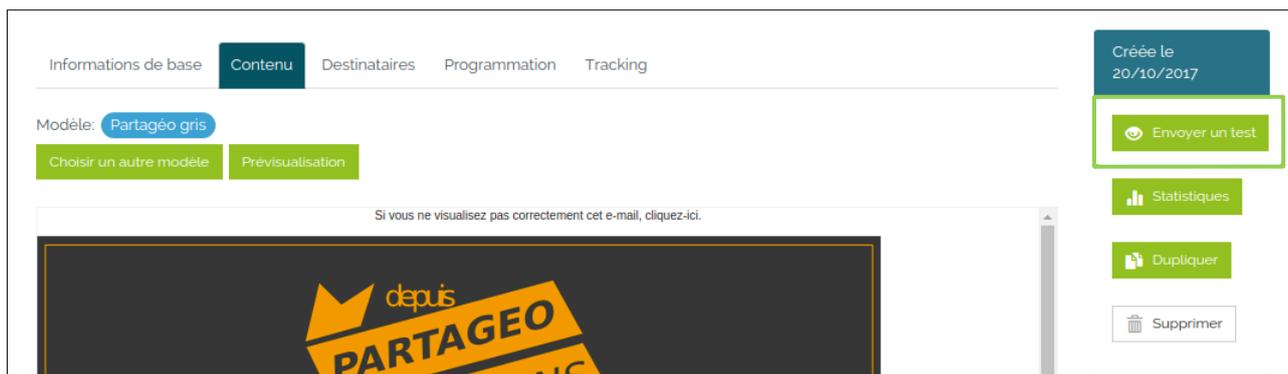


The screenshot shows a web interface with a navigation bar at the top containing five tabs: 'Informations de base', 'Contenu', 'Destinataires', 'Programmation', and 'Tracking'. The 'Tracking' tab is highlighted with a green border. Below the navigation bar, the main heading reads 'Codes de suivi pour Google Analytics (optionnel)'. Underneath this heading, there are six input fields, each with a label to its left: 'Source utm', 'Medium utm', 'Terme utm', 'Contenu utm', 'Campagne utm', and 'Tracking personnalisé (mon traceur-valeur)'. Each field is currently empty.

### 3.7 - LE TEST DE LA CAMPAGNE (AVANT ENVOI)

Vous devez impérativement tester votre e-mail avant de l'envoyer à vos contacts. Cela vous permettra d'éviter toute erreur.

- Pour cela, après avoir :
  - > créé le contenu de votre campagne,
  - > procédé aux ajustements nécessaires grâce à la prévisualisation,
  - > choisi vos destinataires,
  - > et éventuellement, programmé l'envoi,cliquez sur le bouton « Envoyer un test ».



- Saisissez l'adresse de la personne à qui envoyer le test puis cliquez sur « Envoyer le test ».



- Vous recevez le test dans votre messagerie. L'objet sera alors précédé de la mention [TEST].



- L'application vous confirme que le test a bien été envoyé. Vous y trouverez une liste de 5 points à vérifier.

## Votre email de test a été envoyé

Ouvrez-le et vérifiez les points suivants.  
Après, il sera trop tard :-)

Vous ne pourrez envoyer votre campagne définitive qu'après avoir coché toutes les cases.

- J'ai vérifié l'orthographe
- J'ai cliqué sur tous les liens
- Les images s'affichent correctement
- J'ai prévu un lien de désabonnement (ou j'ai choisi de ne pas en mettre)
- Mon email se lit correctement sur divers supports (mobile, tablette, Gmail, Outlook)

[Valider la liste de contrôle](#)

- Modifiez votre campagne si besoin (faute d'orthographe, modification de lien...) ou, si les 5 points sont bien vérifiés, cochez-les et cliquez sur « Valider la liste de contrôle ».

**Cette liste doit obligatoirement être validée pour que votre campagne puisse être envoyée.** D'ailleurs, ce n'est qu'après avoir coché les 5 points et cliqué sur « Valider la liste de contrôle » que le bouton « Envoyer » apparaît.

Créée le 20/10/2017

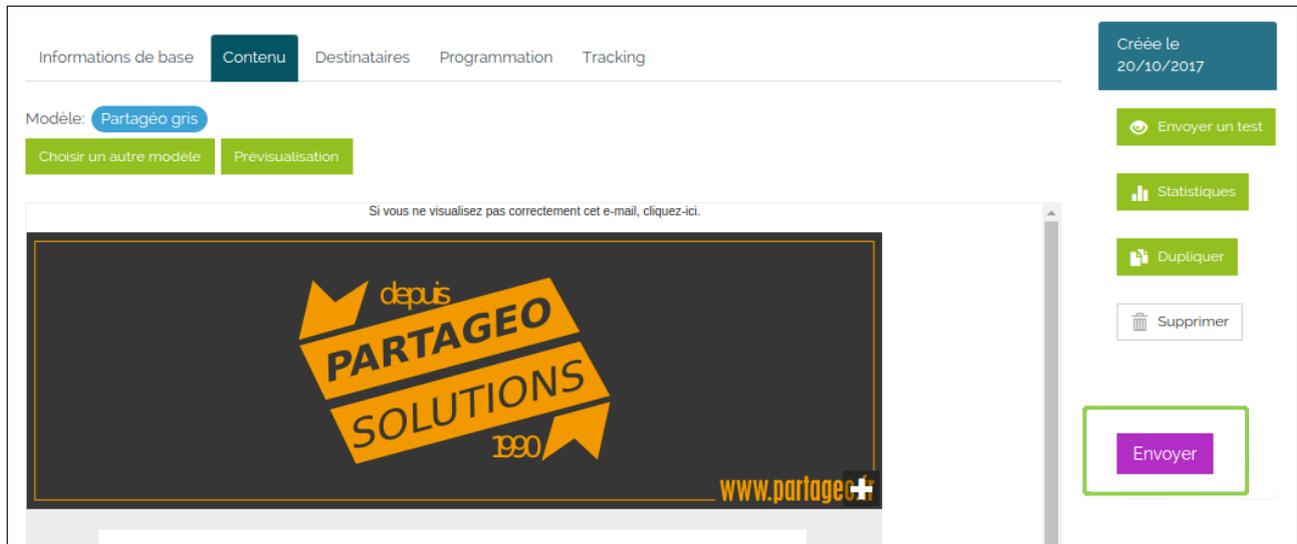
- [Envoyer un test](#)
- [Statistiques](#)
- [Dupliquer](#)
- [Supprimer](#)

[Envoyer](#)

### 3.8 - L'ENVOI DE LA CAMPAGNE

Le bouton « Envoyer » (sauf si programmation de la campagne) déclenche l'envoi immédiat de la campagne à vos destinataires.

Si la campagne est programmée, il faut également, au préalable, cliquer sur ce bouton « Envoyer ». **Si vous ne le faites pas, la campagne ne partira pas à la date et l'heure prévues dans l'onglet « Programmation ».**

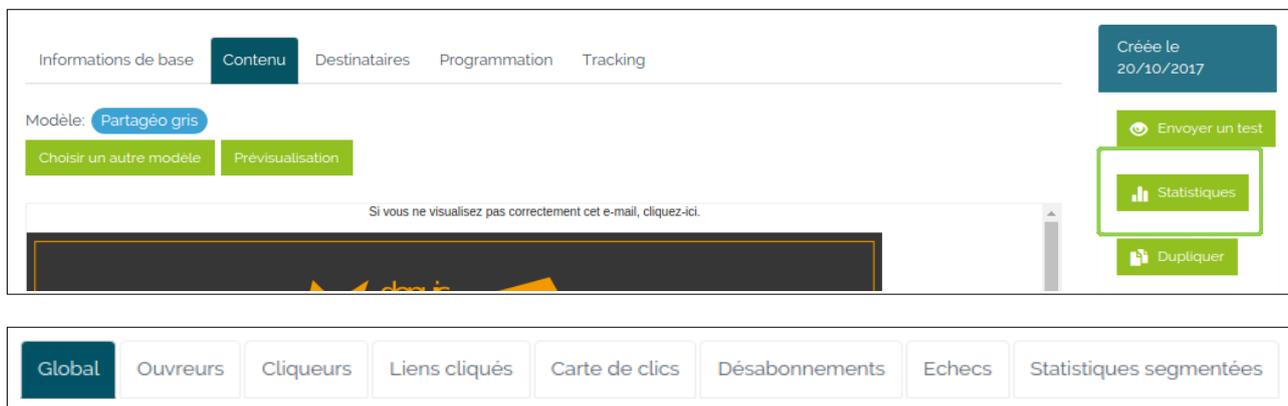


The screenshot displays a web interface for managing a campaign. At the top, there are tabs for 'Informations de base', 'Contenu', 'Destinataires', 'Programmation', and 'Tracking'. The 'Contenu' tab is active. Below the tabs, the 'Modèle' is set to 'Partagéo gris'. There are two buttons: 'Choisir un autre modèle' and 'Previsualisation'. A central area shows a preview of an email banner with the text 'depuis PARTAGEO SOLUTIONS 1990' and the website 'www.partager+'. To the right, there is a sidebar with several action buttons: 'Envoyer un test', 'Statistiques', 'Dupliquer', 'Supprimer', and 'Envoyer'. The 'Envoyer' button is highlighted with a green border. At the top right, it shows 'Créée le 20/10/2017'. A small message above the preview says 'Si vous ne visualisez pas correctement cet e-mail, cliquez-ici.'

### 3.9 - LES STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE

Les statistiques d'une campagne sont disponibles dans l'application le jour suivant l'envoi.

Vous y trouverez les principaux indicateurs utilisés pour analyser les résultats d'une campagne e-mailing : ouvreurs, cliqueurs, liens cliqués, cartes de clics, désabonnements, échecs, statistiques segmentées.



Les 3 statistiques essentiellement utilisées dans le monde professionnel à retenir :

- **le taux d'ouverture** : nombre d'ouvreurs / nombre d'e-mails aboutis  
→ Il mesure l'efficacité de « l'enveloppe » de l'e-mail, soit le nom d'expéditeur et l'objet.
- **le taux de clic** : nombre de cliqueurs / nombre d'e-mails aboutis  
→ Il est significatif de l'intérêt ressenti pour l'offre de l'e-mail.
- **le taux de réactivité** : nombre de cliqueurs / nombre d'ouvreurs  
→ Il traduit la capacité de votre message à faire réagir vos destinataires.

Pour vous donner une idée, voici les statistiques globales enregistrées en France :

	<b>B2C</b>	<b>B2B</b>
<b>Taux d'ouverture</b>	29%	23%
<b>Taux de clic</b>	4.6%	3.5%
<b>Taux de réactivité</b>	32%	35%

**Attention : ce sont des moyennes nationales, à pondérer selon les secteurs d'activité.**

Les jours et heures d'envoi recommandés en France :

- Pas de vérité absolue, qui se révélerait obsolète si tout le monde l'appliquait.
- Le mardi et le jeudi sont des grands classiques, mais qui tendent à être saturés.

En B2B :

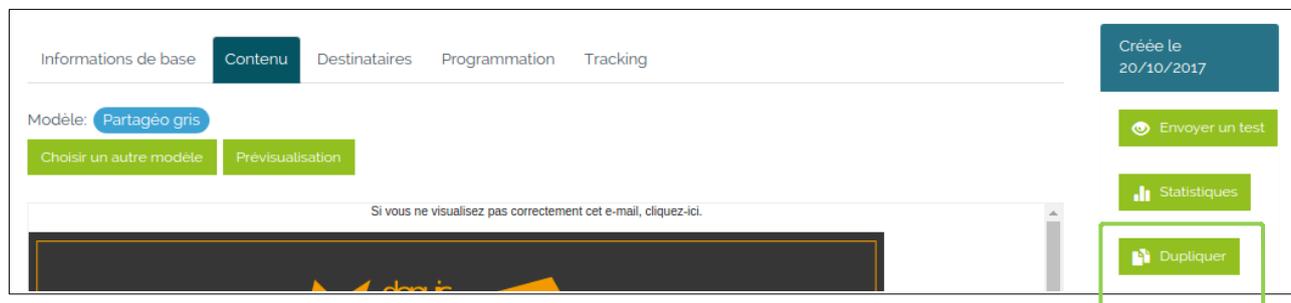
- Le vendredi devient un jour efficace
- Meilleur taux d'ouverture le dimanche et de clic le lundi.

En B2C :

- Le lundi matin est le jour le + efficace.

### 3.10 - DUPLIQUER LA CAMPAGNE

La fonction « Dupliquer une campagne » permet de copier une campagne pour ensuite la modifier. On part ainsi d'une campagne existante plutôt que d'une campagne à créer de A à Z.



Une campagne dupliquée apparaît dans la liste des campagnes avec l'intitulé « Copie de... ».

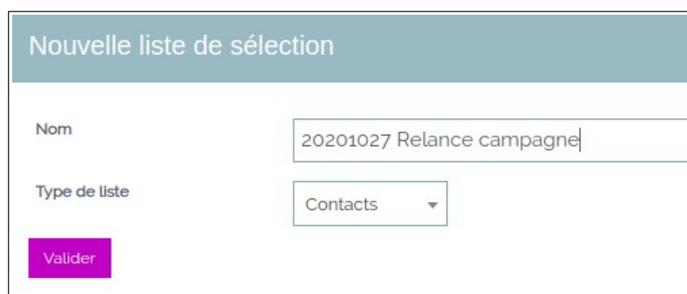
## 4 - LA RELANCE D'UNE CAMPAGNE EMAIL

*Vous avez envoyé une campagne email et souhaitez la renvoyer, quelques jours ou semaines plus tard, aux mêmes destinataires **en excluant ceux qui l'ont déjà ouvert** ?*

Voici la procédure à suivre :

### Etape 1 : créer une liste de sélection

- Rendez-vous dans le menu « Outils » et dans le sous-menu « Liste de sélection ».
- Cliquez sur « Nouvelle liste ».
- Donnez un nom à cette liste (ex : AAAAMMJJ relance campagne), conservez « Contacts » comme type de liste puis validez (bouton violet).



- Cliquez sur le bouton vert « Ajouter une population ».



- A gauche, ouvrez le volet « Campagne email » et cliquez sur le + au niveau de « Résultats d'une campagne email » :



- Ce critère passe alors à droite. Il vous reste à sélectionner :
  - > **la campagne concernée** par la relance à faire
  - > **le ou les statuts voulus** (pour une relance, on s'adresse en général aux personnes qui ont reçu mais pas ouvert la campagne).

N'oubliez pas d'enregistrer (bouton vert à droite).

- Vous pouvez, une fois votre liste créée, cliquer sur « Afficher les destinataires » pour connaître le nombre de contacts relatifs à cette liste.

## **Etape 2 : créer et envoyer la campagne email de relance**

- Rendez-vous maintenant dans le menu « Campagnes email ».
- Dupliquez la campagne à renvoyer.
- Procédez aux changements nécessaires (dans les informations de base, éventuellement dans le contenu et aussi dans la programmation).
- Pour ce qui est du choix des destinataires, vous allez sélectionner la liste créée en étape 1.

Vous pourrez ensuite procéder aux tests et à l'envoi de votre campagne de relance, comme pour une campagne classique.

# 5 - LA CRÉATION ET L'ENVOI

## D'UNE CAMPAGNE AUTOMATIQUE

*Vous souhaitez envoyer des campagnes automatiques ?  
Par exemple, un email de bienvenue quand un internaute s'inscrit à votre newsletter ?  
Ou un email n jours après qu'il ait téléchargé l'une de vos documentations ?*

Voici la procédure à suivre :

- Pour créer une campagne automatique, rendez-vous dans l'onglet « Campagnes » de l'application.  
→ Les campagnes email « classiques » se trouvent en haut et les campagnes email « permanentes » (= automatiques) en dessous.
- Cliquez sur le bouton « Nouvelle campagne ».

### 5.1 - LES INFORMATIONS DE BASE DE L'EMAILING AUTOMATIQUE

- Renseignez les informations générales (**vous reporter au chapitre 3.1 pour + de détails**) et sélectionnez « Permanentes ».

Nom	<input type="text" value="Campagne automatique de bienvenue"/>
Nom de l'expéditeur	<input type="text" value="Net Hélium"/>
Expéditeur	<input type="text" value="contact@net-helium.fr"/>
Adresse pour les réponses (reply-to)	<input type="text"/>
Objet du mail	<input type="text" value="Bienvenue !"/>
Type de campagne	<input type="radio"/> Envoi simple (marketing classique) <input checked="" type="radio"/> permanentes
	<input type="button" value="Valider"/>

- Cliquez sur le bouton violet « Valider ».

### 5.2 - LA CRÉATION DE L'EMAILING AUTOMATIQUE

**Vous reporter au chapitre 3.2 pour + de détails.**

## 5.3 - LA PROGRAMMATION ET LES DESTINATAIRES DE L'EMAILING AUTOMATIQUE

Programmation :

- Cliquez sur « Programmation » et effectuez les différents réglages.

The screenshot shows a configuration form for scheduling an email campaign. It includes the following fields and options:

- Date du prochain déclenchement**: A text input field.
- Heure de déclenchement**: A time selection interface with dropdowns for hours (0) and minutes (00), and a 'Passer en mode répétition' button.
- Périodicité de déclenchement**: A dropdown for frequency (1) and a dropdown for unit (jours).
- Période d'exclusion**: A dropdown for exclusion period (1) and a dropdown for unit (jours).
- Jours de la semaine**: A list of days with checkboxes: Lundi, Mardi, Mercredi, Jeudi, Vendredi, Samedi, Dimanche, and Jours fériés.
- Buttons**: 'Valider' (green) and 'Annuler' (white).

- **Date du prochain déclenchement** : date à partir de laquelle vous souhaitez que votre campagne automatique soit déclenchée.

- **Heure de déclenchement** : heure à laquelle vous souhaitez que votre campagne soit déclenchée.

2 modes s'offrent à vous :

- **mode détaillé** : vous mettez une ou plusieurs heures (exemples : 9h - 12h30 - 17h si vous souhaitez que votre campagne soient envoyées à ces heures là)

The screenshot shows the 'mode détaillé' scheduling interface. It features a 'Passer en mode répétition' button and three time slots, each with a dropdown for hours and minutes, and a red 'X' icon to the right:

- 9 h 00
- 12 h 30
- 17 h 00

A green '+' icon is located below the time slots.

- **mode répétition** : vous choisissez, sur une plage horaire donnée, le rythme d'envoi de votre campagne (exemple : de 8h à 17h30, toutes les 30 minutes)

The screenshot shows the 'mode répétition' scheduling interface. It includes a 'Passer en mode détaillé' button and the following configuration:

- À partir de**: 8 h 00
- jusqu'à**: 17 h 30
- Toutes les**: 30 minutes

- **Périodicité de déclenchement** : tous les n jours ou n mois.
- **Période d'exclusion** : tous les n jours ou n mois (intérêt de ce paramètre : ne pas envoyer 2 fois la même campagne à un contact).
- **Jours de la semaine** : sélection du ou des jours d'envoi de la campagne
  - Le choix du jour de la semaine n'est possible qu'avec une périodicité de 1 jour.
  - Jours fériés : déclenchement de la campagne tous les jours fériés (France).

Jours de la semaine ?	<input checked="" type="checkbox"/> Lundi	<input checked="" type="checkbox"/> Mardi	<input checked="" type="checkbox"/> Mercredi	<input checked="" type="checkbox"/> Jeudi	<input checked="" type="checkbox"/> Vendredi
	<input checked="" type="checkbox"/> Samedi	<input checked="" type="checkbox"/> Dimanche	<input checked="" type="checkbox"/> Jours fériés		

Destinataires :

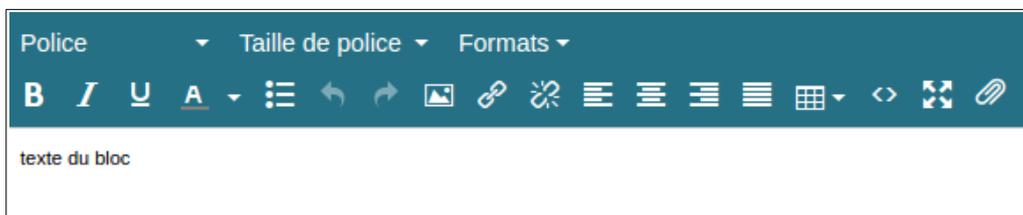
Choisissez la liste de sélection (vous reporter à notre documentation sur la création et l'utilisation des listes de sélection si besoin).

→ Il vous restera ensuite à tester votre campagne et à valider ce test pour pouvoir activer son envoi.

**Pour ce qui est du tracking, du test, de l'envoi, des statistiques et de la duplication de la campagne, vous reporter aux chapitre 3.6 à 3.10.**

# 6 - BIEN UTILISER L'ÉDITEUR DE TEXTE

Quelques explications sur les principaux boutons de cet éditeur :



**Police** = pour choisir la police de caractères, parmi les différentes polices proposées.

**Taille de police** = pour choisir la taille de police, en pixels.

**Formats** = pour définir le format du texte.

- **En-tête** : pour donner un niveau de titrage au texte sélectionné
  - o H1 (titre de 1<sup>er</sup> niveau),
  - o H2 (titre de 2<sup>e</sup> niveau),
  - o H3 (titre de 3<sup>e</sup> niveau)
  - o H4 (titre de 4<sup>e</sup> niveau).
- **Blocs** : pour attribuer un style au morceau de texte sélectionné → paragraphe (pour désigner un paragraphe) ou div (pour regrouper des paragraphes).

 = pour mettre le texte sélectionné en gras (B), italique (I), souligné (U), pour changer la couleur du texte sélectionné (A).

 = pour insérer une liste à puce.

 = pour annuler la dernière action réalisée ou la rétablir.

 = **pour insérer une image**. Si vous souhaitez intégrer une image qui n'est pas encore disponible, vous devez d'abord la charger dans l'application.

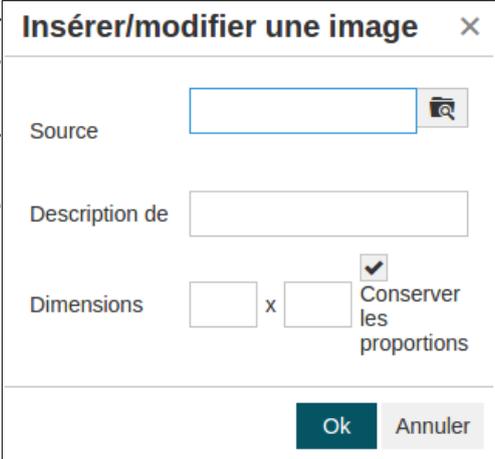
Lorsque vous cliquez sur le bouton permettant d'insérer une image, une fenêtre s'ouvre. Remplissez les champs :

**Source** : cliquez sur  puis sur l'image à intégrer dans la liste qui est apparue.

**Description de l'image (facultatif)** : entrez une description courte de l'image (champ utile au référencement).

**Dimensions (facultatif)** : vous pouvez modifier la largeur et la hauteur de l'image (en pixels). Si vous n'entrez rien dans les champs, l'image s'affichera dans sa taille par défaut.

→ Validez en cliquant sur **Ok**.



 = **pour insérer ou supprimer un lien hypertexte** sur l'élément sélectionné.

Lorsque vous cliquez sur le bouton permettant d'insérer un lien, une fenêtre s'ouvre. Remplissez les champs :

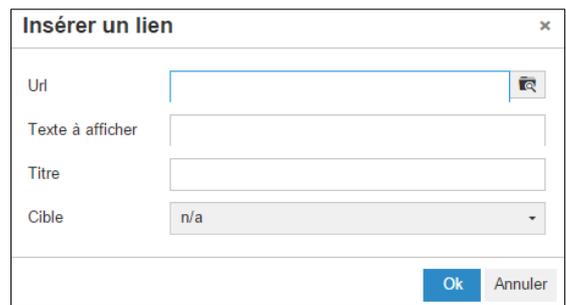
**Url** : insérez le lien vers la page souhaitée.

**Texte à afficher (facultatif)** : entrez une courte description du lien.

**Titre (facultatif)** : renseignez le nom du lien.

**Cible** : choisissez le type d'ouverture du lien :

- n/a : la page s'ouvrira dans la même fenêtre que la page sur laquelle se trouve le visiteur.
- Nouvelle fenêtre : la page s'ouvrira dans une nouvelle fenêtre.



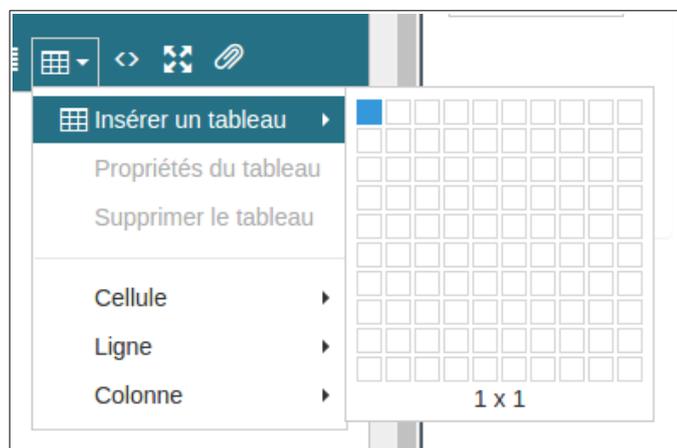
→ Validez en cliquant sur **Ok**.



= pour aligner le texte sélectionné : à gauche, à droite, au centre, ou justifié.

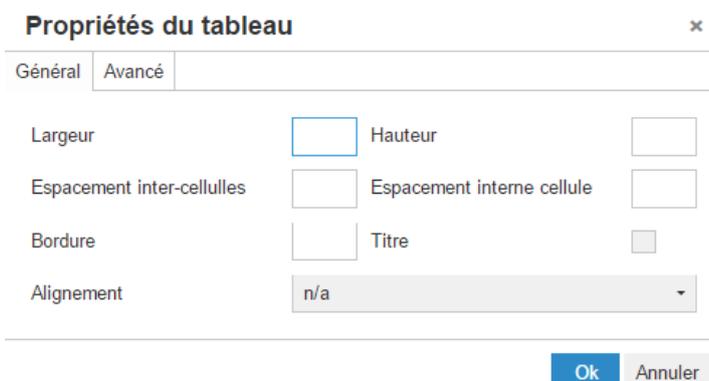


= pour intégrer un tableau.



- Le premier lien (« Insérer un tableau ») vous permet de choisir le nombre de lignes et de colonnes de votre tableau.

- Le second lien (« propriétés du tableau » - « onglet général ») vous permet de mettre en forme votre tableau.



- Largeur (facultatif) : définit la largeur du tableau (en pixels).
- Hauteur (facultatif) : définit la hauteur du tableau (en pixels).
- Espacement inter-cellules (facultatif) : définit l'espace entre deux cellules.
- Espace interne cellule (facultatif) : définit l'espace entre la bordure d'une cellule et son contenu.

- Bordure (facultatif) : définit la taille de bordure du tableau (0 = le tableau sera sans bordure).
- Titre : en cochant cette case, un espace permettant d'insérer un titre est automatiquement placé au-dessus du tableau (il ne vous reste plus qu'à le renseigner).
- Alignement (facultatif) : définit l'alignement du tableau : à gauche, à droite ou centré.

→ Validez en cliquant sur Ok.

- L'onglet « avancé » vous permet de mettre des couleurs dans votre tableau.

**Propriétés du tableau** x

Général Avancé

Style

Couleur de la bordure

Couleur d'arrière-plan

- Style : reprend automatiquement la largeur et la hauteur de tableau que vous aurez éventuellement renseignées dans l'onglet général.
- Couleur de la bordure : couleur de la bordure du tableau (code RVB ou code html)
- Couleur d'arrière-plan : couleur de fond des cellules du tableau (code RVB ou code html)

→ Validez en cliquant sur **Ok**.



= pour afficher le code source des éléments que vous avez entrés.



= pour afficher en plein écran l'éditeur de texte.



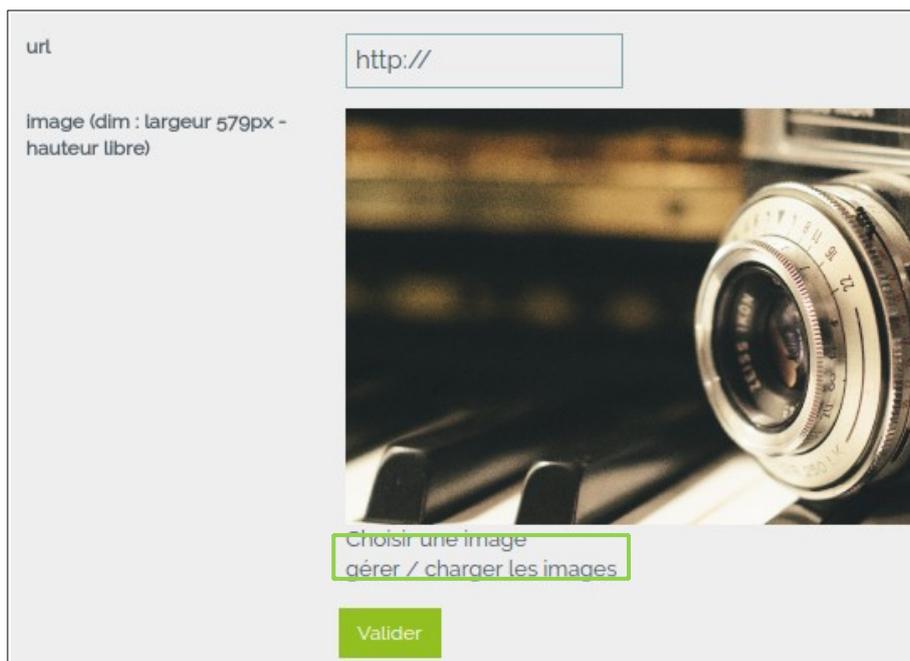
= pour ajouter une pièce jointe (un fichier préalablement enregistré dans l'application).

# 7. AJOUTER UNE IMAGE DANS L'APPLICATION

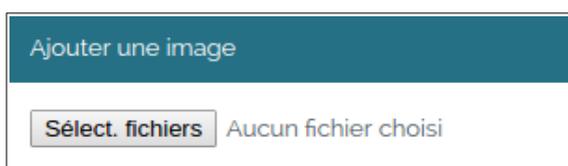
## » POUR AJOUTER UNE IMAGE

Si vous souhaitez afficher dans votre email une image qui n'est pas encore sur Internet, vous devez tout d'abord la mettre en ligne dans Hélium Connect.

- Au niveau de l'image, sur bloc concerné du gabarit de votre email, cliquez sur « Gérer / charger les images ».



- Cliquez sur le bouton «Sélect fichier » puis allez chercher votre image là où elle est sauvegardée sur votre ordinateur. Idéalement, vous l'aurez déjà redimensionné dans le format voulu (ici : 579 px de largeur).



- L'image se précharge et vous avez la possibilité de modifier ses dimensions et/ou de ne sélectionner qu'une partie de l'image :> Pour spécifier des dimensions, remplissez les 2 cases sous « Dimensions » (La 1ère case correspond à la largeur en pixels et la seconde à

la hauteur en pixels) puis cliquez sur le bouton « Ajuster », vous verrez que le rectangle bleu à droite s'est modifié. Vous pouvez bouger ce rectangle, l'augmenter ou le diminuer via les poignées sur sa bordure, au final votre image aura toujours les dimensions que vous aviez spécifiées. Si votre réglage vous convient, cliquez sur le bouton « Version recadrée » pour enregistrer l'image à ces dimensions, ou sur « Version originale » pour enregistrer l'image à ses dimensions d'origine.

> Vous pouvez également jouer avec le rectangle bleu sans spécifier de dimensions, simplement pour ne télécharger qu'une partie de l'image d'origine. Là aussi, si votre réglage vous convient, cliquez sur le bouton « Version recadrée » pour enregistrer l'image à ces dimensions, ou sur « Version originale » pour enregistrer l'image à ses dimensions d'origine.

> Enfin, si vous souhaitez télécharger l'image d'origine sans aucun réglage, une fois votre image préchargée cliquez directement sur « Version originale » et votre image d'origine sera chargée dans l'application telle quelle.

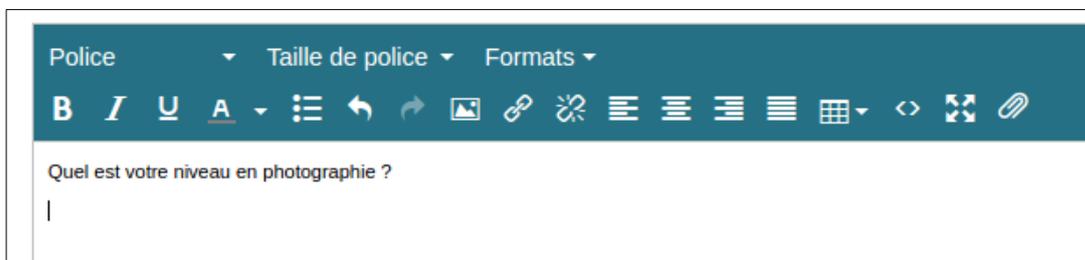
**Votre image est à présent hébergée dans l'application.**

#### A savoir :

1. Le temps de chargement d'une image peut prendre plusieurs secondes, patientez jusqu'à ce que le chargement soit terminé.
2. Si besoin, l'application modifie automatiquement le nom des images (supprime les espaces, les accents...) pour répondre aux standards d'Internet.

## » POUR INTÉGRER DANS UN BLOC HTML UNE IMAGE MISE EN LIGNE 1

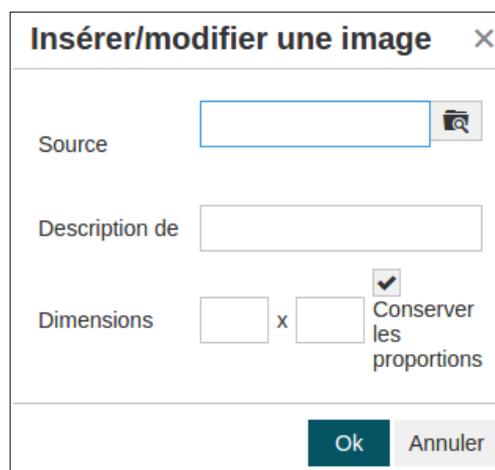
- Dans votre emailing, rendez-vous là où vous souhaitez intégrer l'image, par exemple sous une question, puis dans l'éditeur html placez votre souris là où vous voulez que votre image s'intègre.



- Cliquez sur le bouton Insert/Edit image.

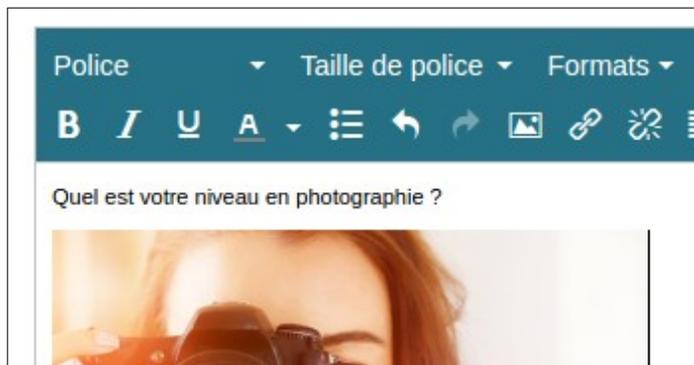


- Dans la fenêtre qui s'ouvre :



> Cliquez sur le bouton à droite du champ « Source » afin de sélectionner votre image

- > Dans la fenêtre qui s'ouvre, choisissez l'image que vous souhaitez intégrer.
- Le champ « Source » s'est automatiquement rempli avec l'adresse de l'image.
- > Vous pouvez compléter le champ « Description de l'image » avec un titre court précisant ce que représente votre image. Vous pouvez également modifier les dimensions de l'image en renseignant la hauteur et/ou largeur voulues (l'image gardera ses proportions).
- Cliquez ensuite sur le bouton « OK », votre image est intégrée.



- Enfin, validez votre question et allez vérifier que **l'image s'affiche correctement dans votre emailing.**

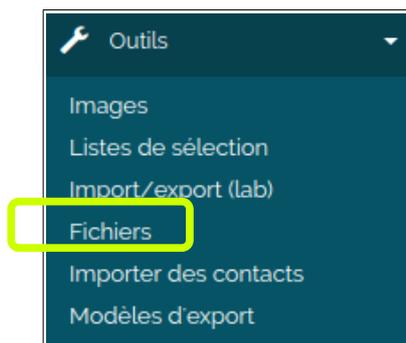
## 8. AJOUTER UN DOCUMENT DANS L'APPLICATION

Vous pouvez héberger des documents en PDF pour ensuite faire un lien vers un document dans une ressource.

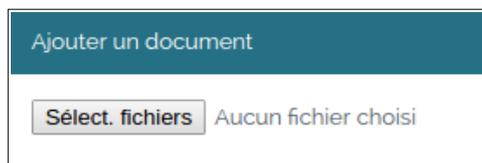
Exemple « Pour télécharger l'ordre du jour, cliquez ici » → vous mettrez un lien vers le document pdf détaillant l'ordre du jour.

Comment faire ?

- Onglet Outils → Fichiers.



- Cliquez ensuite sur «Sélect fichiers » afin d'aller chercher votre document sur votre ordinateur :



- Une fois votre document choisi, il est déposé directement dans l'application :

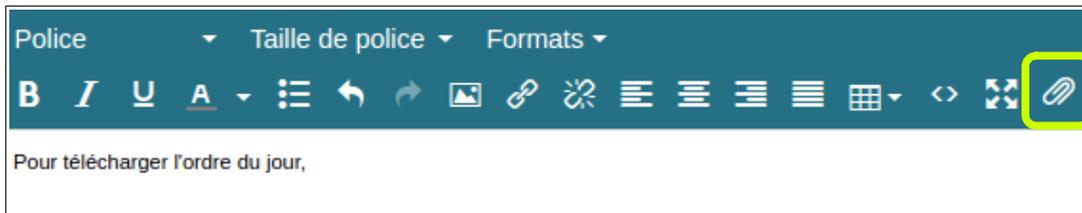


Vous pouvez ensuite :

- télécharger le document votre ordinateur 
- modifier son nom et lui attribuer des tags afin de le retrouver plus facilement par la suite 
- le supprimer 

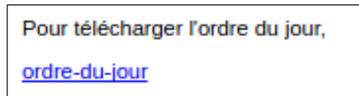
Ensuite, vous pouvez faire un lien vers ce document dans une ressource en procédant ainsi :

- rendez-vous dans la ressource et placez votre souris à l'endroit où vous souhaitez faire un lien vers la ressource (ici après la virgule)

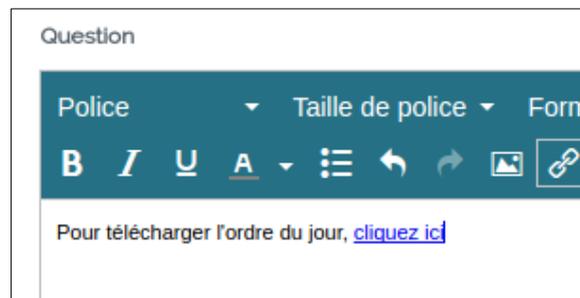


- cliquez sur l'icône « trombone » à droite de l'éditeur puis sélectionnez le document souhaité et validez

- Le lien se place en-dessous de votre texte :



- Vous pouvez ensuite le mettre en page : le ramener juste après votre texte et remplacer le nom du fichier qui apparaît par défaut par « cliquez ici »



- Validez ensuite en cliquant sur le bouton Enregistrer en bas de page