



Utilisation du module e-mailing

Campagnes - Éditeur Bloc/Bloc

10 bonnes pratiques de l'emailing

Ainsi que la liste des mots à bannir dans l'objet de vos campagnes

01

Réglages d'une campagne

Informations / Choix éditeur / Réglages de ma campagne / Prévisualisation / Test...

02

03

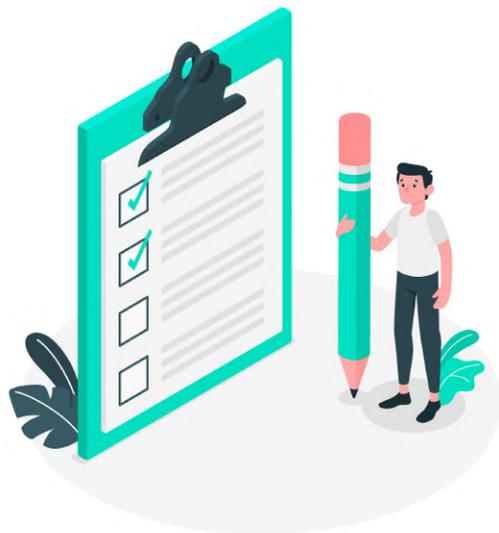
Édition d'une campagne

Concevoir votre email / Qu'est-ce qu'un conteneur ? / Paramètres du conteneur / Qu'est-ce qu'un bloc de contenu ? / Utiliser les blocs de contenu - Titre & texte...

04

Besoin d'aide

Guides & support



01

10 bonnes pratiques de l'e-mailing

Ainsi que la liste des mots à bannir dans l'objet de vos campagnes

10 bonnes pratiques 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.

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.

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 e-mail.

10

Évitez le spam

Évitez les termes des spammers et les majuscules.

Liste des mots à bannir dans l'objet



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...

Crédit

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

Argent et finance

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

Formules hyperboliques

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

Autre

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

Des articles pour optimiser vos campagnes e-mail



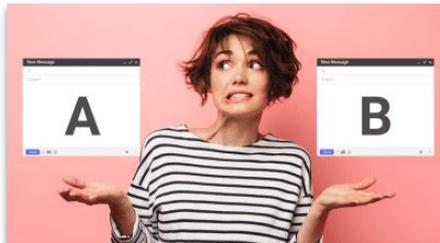
[7 bonnes pratiques pour optimiser les CTA de vos campagnes e-mail](#)



[Analysez les performances de vos campagnes e-mail grâce aux codes UTM](#)



[Comment concevoir des emailings de manière plus responsable et efficace ?](#)



[A/B testing : le guide pour booster le résultats de vos emailings](#)



02

Réglages d'une campagne

Informations / Choix éditeur / Réglages de ma campagne / Prévisualisation / Test...

Accéder à la rubrique Campagnes E-mail

Pour créer une campagne, rendez-vous dans l'onglet « Campagnes e-mail » 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 haut)
- celles déjà envoyées (en-dessous)
- celles conçues pour être automatisées (en bas)

Cliquez sur **Nouvelle campagne e-mail** pour créer une nouvelle campagne

The screenshot displays the 'Campagnes e-mail' interface. At the top right, there is a green button labeled 'Nouvelle campagne e-mail'. Below this, the dashboard is divided into two main sections: 'Campagnes e-mail en préparation (2 campagnes au total)' and 'Campagnes e-mail envoyées (252 campagnes au total)'. Each section contains a table with columns for 'Statut', 'Nom', and 'Programmé le' (or 'Envoyé le').

Statut	Nom	Programmé le
préparation	Newsletter mensuelle 01/2024	Non renseigné
préparation	[INAUGURATION] 02/24	Non renseigné

Statut	Nom	Envoyé le
envoyé	Meilleurs vœux 2024	05/01/2024 11h33
envoyé	Newsletter mensuelle 12/2023	21/11/2023 14h59
envoyé	[RELANCE] Webinar novembre 2023	13/11/2023 17h40
envoyé	Newsletter mensuelle 11/2023	03/11/2023 16h05
envoyé	Webinar novembre 2023	16/10/2023 17h54

Cliquez sur  pour dupliquer une campagne existante.

Les informations de base de l'e-mailing

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

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

Ex : Newsletter janvier

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 : Net Hélium, L'équipe Net Hélium, Support Hélium Connect...

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

→ *Si vous souhaitez l'envoyer avec une autre adresse e-mail que celle paramétrée par défaut lors de l'ouverture de votre base Helium Connect, contactez Net Hélium.*

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

Type de campagne : Envoi simple (campagne envoyée à une date précise) ou Récurrente (campagne d'automatisation).

Choisir son éditeur

À cette étape, il vous est proposé de choisir sur quel éditeur vous souhaitez réaliser votre campagne.

La nouvelle campagne a bien été créée

Editeur classique



Dans l'éditeur historique de Hélium Connect. Passez votre souris sur le + si vous souhaitez ajouter un bloc pré-enregistré dans votre modèle personnalisé par Net Hélium.

Choisir cet éditeur

Editeur Drag & Drop



Dans le nouvel éditeur. Il est possible de déplacer les éléments par un simple drag & drop et de modifier la taille, les couleurs, les espaces des éléments facilement en quelques clics.

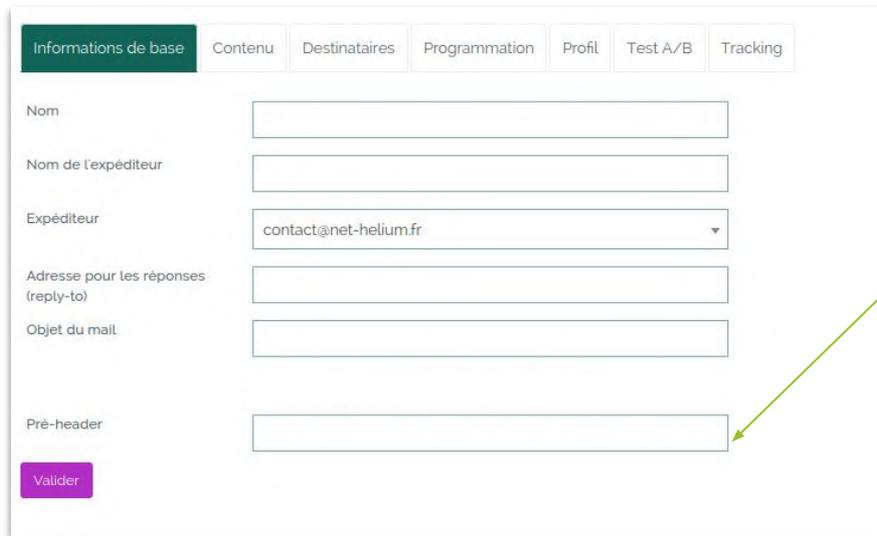
Choisir cet éditeur

Éditeur Bloc/Bloc



Réglages de ma campagne : le pré-header

Vous arrivez sur un espace dédié à votre campagne, composé de plusieurs onglets. Le 1er 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.



The screenshot shows a web interface for campaign settings. At the top, there are seven tabs: 'Informations de base' (highlighted in green), 'Contenu', 'Destinataires', 'Programmation', 'Profil', 'Test A/B', and 'Tracking'. Below the tabs, there are several input fields:

- Nom: A text input field.
- Nom de l'expéditeur: A text input field.
- Expéditeur: A dropdown menu with 'contact@net-helium.fr' selected.
- Adresse pour les réponses (reply-to): A text input field.
- Objet du mail: A text input field.
- Pré-header: A text input field, which is pointed to by a green arrow from the text on the right.

At the bottom left of the form area, there is a purple button labeled 'Valider'.

Nous vous invitons également à remplir le 5ème 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 (ou en-dessous) 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 !

Réglages de ma campagne : contenu + destinataires

L'onglet « **Contenu** » : C'est ici que vous allez créer le contenu de votre e-mail. Par défaut, le contenu est vide. Pour plus d'infos, consultez le [chapitre 4](#) dédié à l'édition de votre campagne.

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.).

Aucune sélection appliquée

Ciblage: Interlocuteurs

Modèle: Nouvelle liste de sélection

Appliquer Annuler

Sélection historique (ancienne fonction supprimée prochainement)

Choisir les destinataires

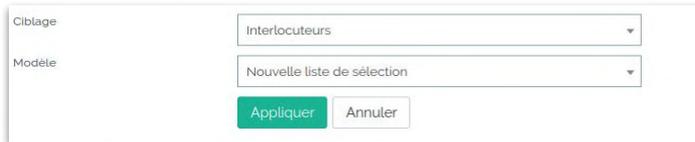
Vous avez 2 options :

- 1** soit vous créez une liste de sélection
- 2** 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 département 35)

Note : la 2ème option sera bientôt supprimée au profit des listes de sélection.

Réglages de ma campagne : destinataires

Option 1 : créer ou choisir une liste de sélection



The screenshot shows a form with two dropdown menus and two buttons. The first dropdown is labeled 'Ciblage' and has 'Interlocuteurs' selected. The second dropdown is labeled 'Modèle' and has 'Nouvelle liste de sélection' selected. Below the dropdowns are two buttons: 'Appliquer' (green) and 'Annuler' (white).

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 produits achetés : 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...

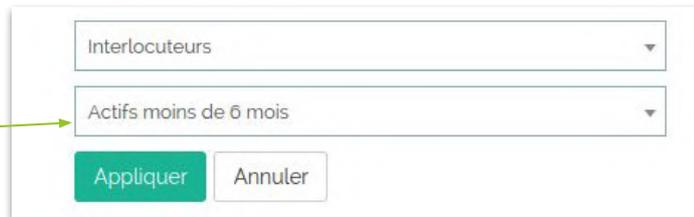
Pour adresser une population OU une autre population, créer une liste de sélection de contacts qui répondent aux critères suivants :

- contacts : fichier clients 2018 et aux critères suivants :
- dep : 22, 35, 29
- segments : pro, part

Réglages de ma campagne : destinataires

Si votre liste de sélection est déjà créée :

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



Interlocuteurs

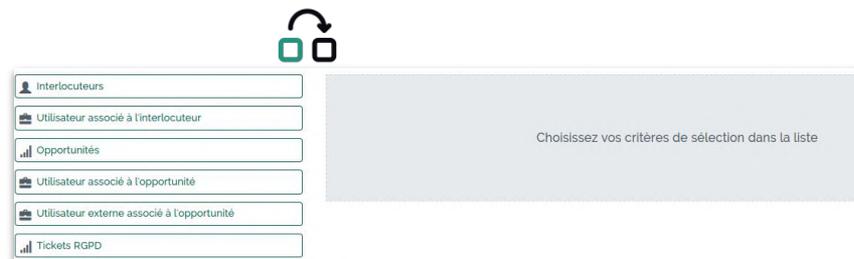
Actifs moins de 6 mois

Appliquer Annuler

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

vous devez cliquer sur « Nouvelle sélection » puis sur « Ajouter une population ». Enfin, cliquez sur les critères pour créer votre liste.

> Consultez le guide dédié aux [listes de sélection](#)



Interlocuteurs

Utilisateur associé à l'interlocuteur

Opportunités

Utilisateur associé à l'opportunité

Utilisateur externe associé à l'opportunité

Tickets RGPD

Choisissez vos critères de sélection dans la liste

Réglages de ma campagne : la programmation

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.

Informations de base | Contenu | Destinataires | **Programmation** | Profil | Test A/B | Tracking

Jour d'envoi:

Heure du début de l'envoi: 0 h 00

Vitesse de diffusion

100 / h max | 600 / h max | 2500 / h max | 8000 / h max | 15000 / h max | Pas de limitations

Recommandée

1 Indiquez une date et une heure d'envoi.

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

Réglages de ma campagne : la programmation

Un tableau vous détaille chaque vitesse d'envoi :

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	-	

- **son débit maximal par heure** : c'est un débit maximal, donc qui peut être réduit en fonction du volume de campagnes envoyées en simultanément 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.

Note : 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.

Réglages de ma campagne : les tests A/B

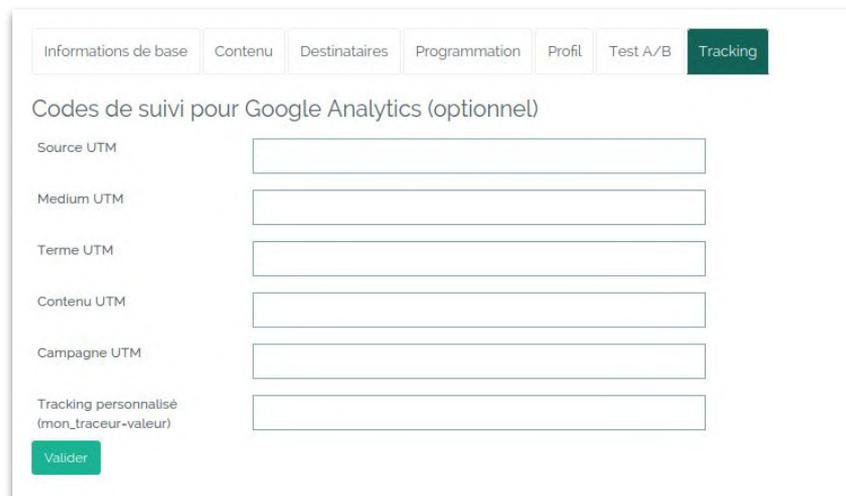
Suite à la programmation de la campagne, rendez-vous dans l'onglet « Test A/B » pour définir, si vous le souhaitez, une version parallèle de votre campagne. Pour en savoir plus, consultez le guide dédié aux [tests A/B](#)

The screenshot shows the 'Test A/B' configuration page with the following sections:

- Informations de base** (selected): Contenu, Destinataires, Programmation, Profil, **Test A/B**, Tracking
- Comment fonctionnent les campagnes de test A/B ?**
 - Choisissez deux objets + preheaders à tester. La moitié des destinataires du groupe test recevra la version A et l'autre moitié la version B. La version gagnante sera envoyée au reste des destinataires de votre campagne (soit à la suite du test, soit le lendemain la même heure).
 - Test sur l'objet : La version gagnante sera déterminée par le taux d'ouverture le plus élevé
 - Test sur le contenu : La version gagnante sera déterminée par le taux de clics le plus élevé
 - Test sur l'objet et le contenu : La version gagnante sera déterminée par le taux d'ouverture le plus élevé
- Ainsi, vous envoyez la meilleure version de votre campagne au plus grand nombre de destinataires. Chaque groupe de test doit contenir au minimum 500 destinataires. Pour obtenir des résultats de test significatifs, nous vous conseillons d'inclure au moins 5 000 destinataires dans chaque groupe de test.**
- Mode de test A/B**: Test sur l'objet
- Configuration**
 - Taille de l'échantillon: 10%
 - Bar chart showing: Version A (1000) in green, Version B (1000) in yellow, Email final (8000) in red.
 - Heure d'envoi de la campagne finale: 1 heure après le test
- Version A**
 - Objet du mail: [Text input]
 - Pre-header: [Text input]
- Version B**
 - Objet du mail: [Text input]
 - Pre-header: [Text input]
- Valider** (button)

Réglages de ma campagne : le tracking

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 (temps appsé surle site, pages vues, pages de fuite, nombre d'achats et montants...).



The screenshot shows a web interface for configuring a campaign. At the top, there is a navigation bar with several tabs: 'Informations de base', 'Contenu', 'Destinataires', 'Programmation', 'Profil', 'Test A/B', and 'Tracking'. The 'Tracking' tab is currently selected and highlighted in green. Below the navigation bar, the main content area is titled 'Codes de suivi pour Google Analytics (optionnel)'. It contains six input fields for UTM parameters: 'Source UTM', 'Medium UTM', 'Terme UTM', 'Contenu UTM', 'Campagne UTM', and 'Tracking personnalisé (mon_traceur-valeur)'. Each field is represented by a horizontal rectangular box. At the bottom left of this section, there is a green button labeled 'Valider'.

Le test avant envoi

Vous devez impérativement tester votre e-mail avant de l'envoyer à vos contacts. Cela vous permettra d'éviter toute erreur. Sans ce test, le bouton d'envoi n'est pas affiché.

Cliquez sur le bouton « **Envoyer un test** » après avoir :

- créé le contenu de votre campagne,
- procédé aux ajustements nécessaires grâce à la prévisualisation,
- choisi vos destinataires,
- et éventuellement programmé l'envoi.

Saisissez l'adresse de la personne à qui envoyer le test puis cliquez sur « Envoyer le test ». Vous pouvez également définir une liste de contacts internes à votre organisation (la liste BAT) qui recevront par défaut vos tests.

Vous recevez le test dans votre messagerie. L'objet sera alors précédé de la mention [TEST] sauf si vous avez décoché la case correspondante.

Envoyer un test à

adresse e-mail

ou

Envoyer à une liste BAT

Préfixer le sujet du mail avec "[TEST]"

IP d'envoi

Mercury campagnes 1 (86%)

Envoyer le test Retour

[TEST]

Le test avant envoi

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

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 » apparaîtra à droite de votre écran.

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

Fermer

Envoyer

L'envoi d'une campagne

Suite à l'envoi du test et la validation de la liste de contrôle, appuyez sur le bouton « Envoyer » .

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 ».



Les statistiques de ma campagne

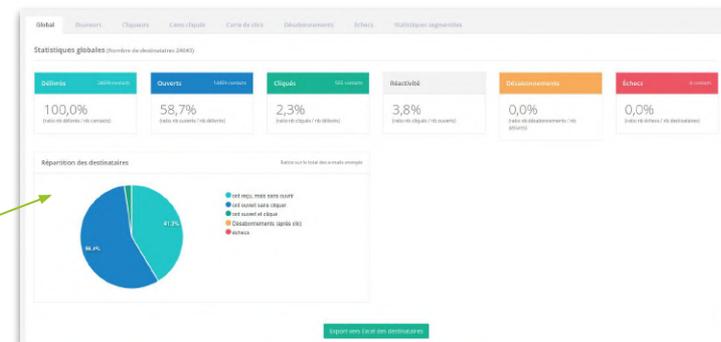
Les statistiques d'une campagne sont disponibles dans l'application le jour suivant l'envoi via le picto statistiques dans la liste de vos campagnes envoyées :



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

Les 3 statistiques essentiellement suivies :

- **le taux d'ouverture** : nombre d'ouvreurs / nombre d'e-mails délivrés
→ 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 délivrés
→ 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.





03

Édition d'une campagne

Édition d'une campagne

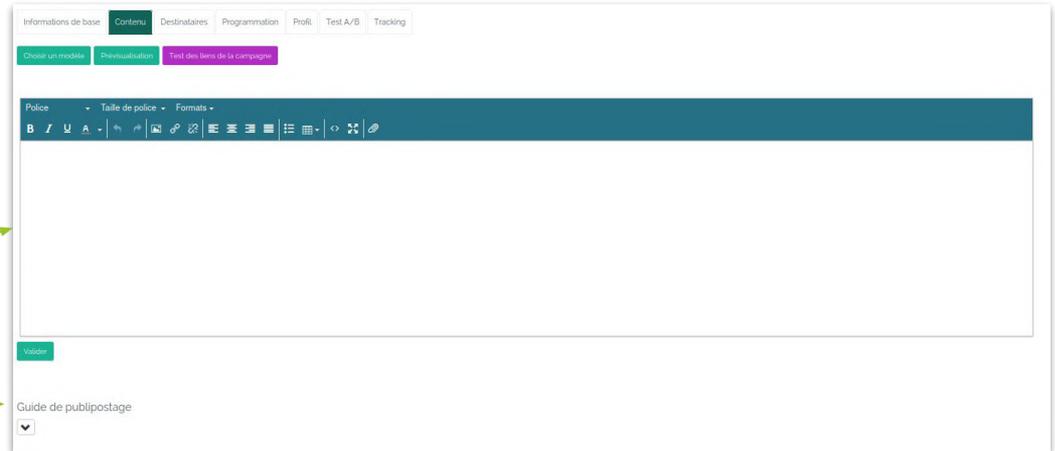
Passons à l'onglet « Contenu ». C'est ici que vous allez créer le contenu de votre e-mail.

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 (ou collez votre html déjà prêt).

Le Guide de publipostage vous permet de retrouver les codes de publipostage de votre base



Édition d'une campagne : Choisir son template

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. À vous de remplir le contenu du corps de l'e-mail : vous allez construire votre e-mail étage par étage.
- Pour cela, cliquez sur le petit « + ». Pour ajouter vos textes, images, boutons... différentes formes vont vous être proposées.

Note : Si vous souhaitez modifier votre modèle (image de fond de l'entête par exemple), contactez Net Hélium.

The screenshot displays the 'Contenu' tab of an email editor. At the top, there are navigation tabs: 'Informations de base', 'Contenu', 'Destinataires', 'Programmation', 'Profil', 'Test A/B', and 'Tracking'. Below these, a 'Modèle' section shows 'Ajout modèle public' and two buttons: 'Choisir un autre modèle' and 'Modifier l'ordre des blocs'. The main preview area shows an email template with a yellow header containing the text 'De mon e-mail' and two buttons: 'En savoir +' and 'J'en profite'. Below the header is a body of text: 'In culpa qui officia deserunt' followed by a paragraph of Lorem Ipsum. On the right side of the preview, there are several icons for editing, including a plus sign and a red X. A green arrow points from the text 'vous allez construire votre e-mail étage par étage.' to the 'Choisir un autre modèle' button. Another green arrow points from the text 'Pour cela, cliquez sur le petit « + ».' to the plus icon in the editing toolbar. A 'Ajouter un bloc' dialog is open in the foreground, showing a grid of content blocks: 'VOIR EN LIGNE', 'Bloc Voir en ligne', 'HEADER', 'Bloc entête deux boutons', and another 'HEADER' block. Below this, there are more options for 'LIEN' and 'Bouton unique'.

Édition d'une campagne : gérer un bloc

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.

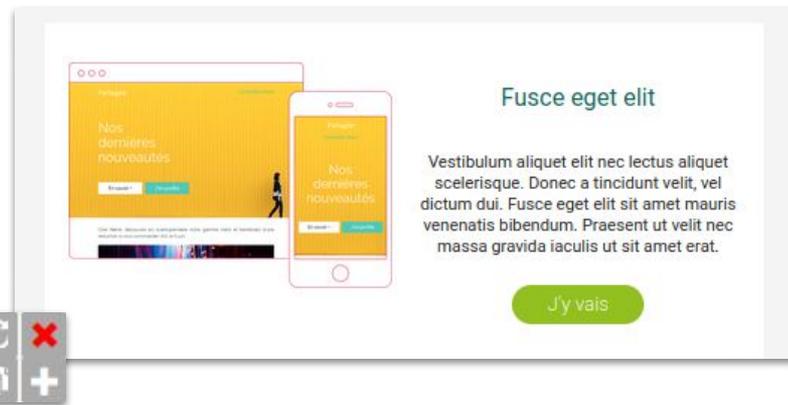
Si vous souhaitez le supprimer, cliquez sur la croix rouge.

Si vous souhaitez ajouter d'autres formes, cliquez sur le petit « + ».

Si vous souhaitez dupliquer un bloc, cliquez sur le bouton en bas à gauche

Il est également possible de modifier l'ordre des blocs via le bouton

Modifier l'ordre des blocs



Édition d'une campagne : modifier un bloc texte

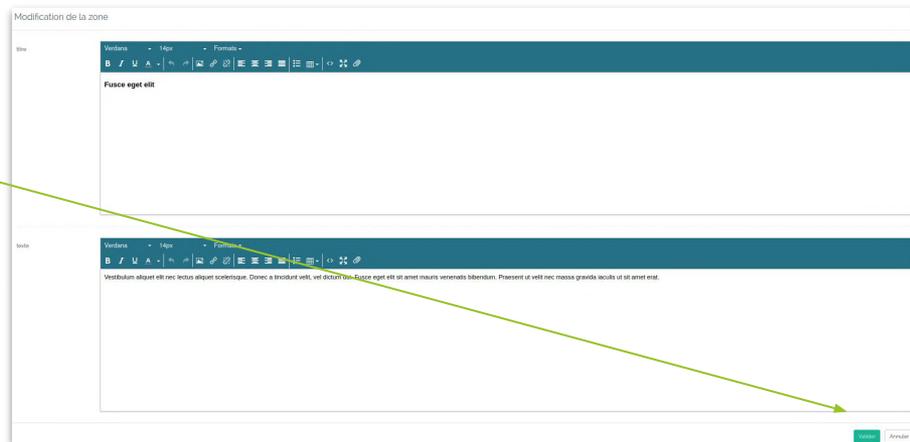


Si vous souhaitez compléter le bloc, survolez chaque zone (titre, texte...) avec votre souris : un bouton « Modifier » apparaîtra, comme ci-contre.

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 du bloc entier.

Pensez à cliquer sur le bouton « valider » pour enregistrer vos modifications.

Note : Nous vous proposons seulement quelques polices de caractère (les plus connues et utilisées) pour nous assurer qu'elles s'afficheront bien chez vos destinataires. Selon les zones, un lien html peut être ajouté, conduisant l'internaute à une page de votre site Internet (ou autre).



Édition d'une campagne : modifier une image

Vous souhaitez modifier l'image ?

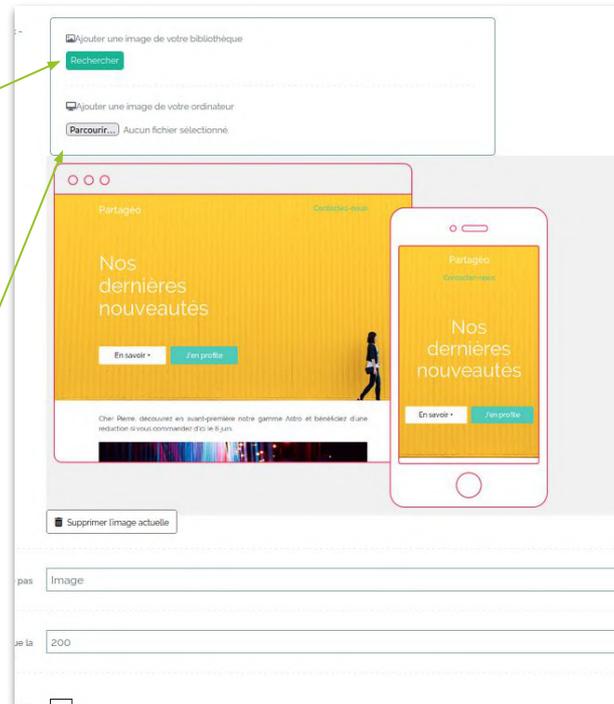
Cliquez sur le bouton « modifier », sur l'image.

- 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 Helium Connect).

Notez que l'image à insérer, dans cet exemple, doit faire au moins 200 pixels de largeur.

Sous « Ajouter une image », cliquez sur « Parcourir » 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.

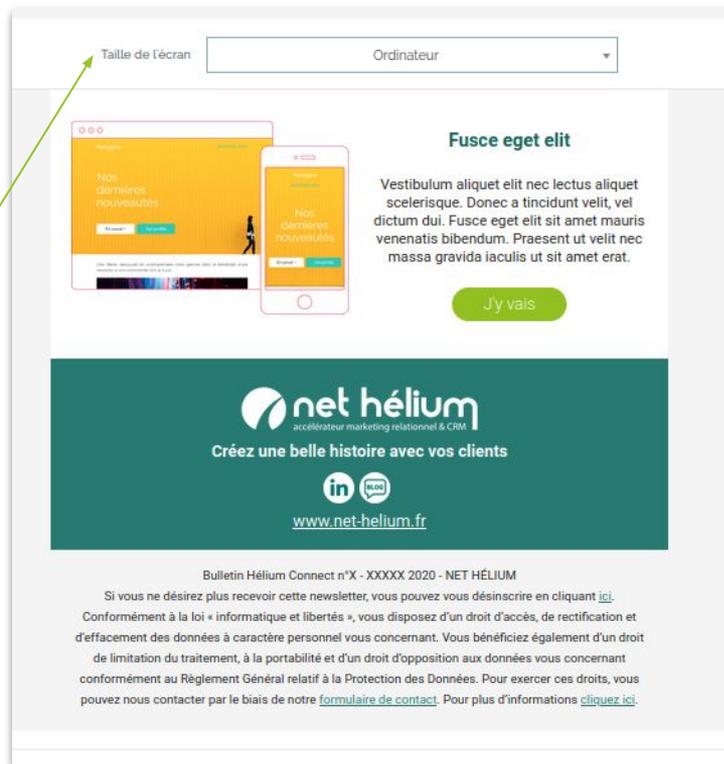


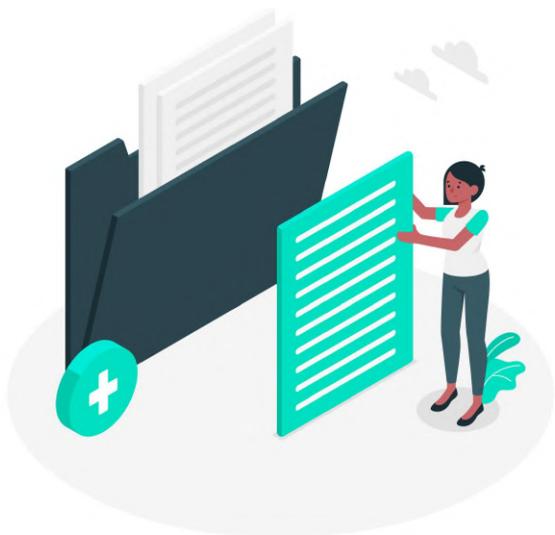
Édition d'une campagne : Prévisualisation

À 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).

Prévisualisation

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





04

Besoin d'aide ?

Guides et supports

Guides

1 Consultez nos guides :

Guide Hélium Connect

Guides accessibles en ligne à tout moment en cliquant sur le bouton orange en haut à droite d'Hélium Connect :

[cliquez ici](#)

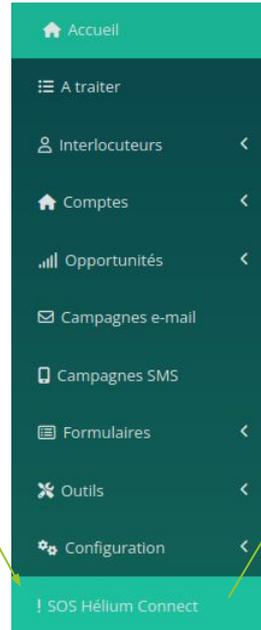
The screenshot shows a webpage for Hélium Connect training guides. At the top, there is a dark green header with the Hélium Connect logo on the left and navigation links for 'Guides plateforme', 'Pour aller plus loin...', and 'Segmentation détaillée' on the right. Below the header, a large green curved banner contains the text 'Consultez nos guides de formation à tout moment !' and a list of topics: 'Emailing / Formulaires / Test A-B / SMS / RGPD / Liste de sélection...'. The main content area is divided into two sections. The first section is titled 'Questions Fréquentes :'. It contains a paragraph of text: 'Nous espérons que cette section vous sera utile et vous permettra de maximiser les avantages offerts par Hélium Connect. Si vous ne trouvez pas la réponse à votre question ici, n'hésitez pas à contacter notre équipe de support dédiée, toujours prête à vous assister.' Below this text is a green button labeled 'Consultez la FAQ'. To the right of this text is an illustration of two people working at a computer. The second section is titled 'Guides plateforme'. It has a sub-header: 'Pour vous faciliter la maîtrise et la découverte des nouvelles fonctionnalités de la plateforme Hélium Connect, nous vous mettons à disposition nos guides de formation mis à jour régulièrement.' Below this are three cards, each with an icon and a title: 1. 'Email' with an envelope icon, text: 'Élaborez des campagnes sur mesure pour augmenter vos ventes et captiver votre audience.' with a right-pointing arrow. 2. 'Formulaire' with a document icon, text: 'Développez et dynamisez votre liste de contacts avec des formulaires personnalisés, simples à intégrer.' with a right-pointing arrow. 3. 'Landing page' with a globe icon, text: 'Boostez votre trafic et générez des prospects grâce à des modèles de page préconçus.' with a right-pointing arrow.

Support

2 Contactez le support

1

Cliquez sur "SOS Hélium Connect" pour accéder au formulaire d'aide

A screenshot of the 'SOS Hélium Connect' support form. At the top left is an illustration of two people with question marks. To the right, under the heading 'SOS Hélium Connect :', are three numbered instructions: 1. 'Avez-vous vérifié si l'information était présente dans nos guides en cliquant ici ?' 2. 'Si vous ne trouvez pas les informations dans les guides, remplissez ce formulaire. Pour un traitement plus rapide des anomalies, pensez à nous préciser un maximum d'informations utiles pour nous aider à reproduire le problème.' 3. 'Pour toute demande urgente dans le cadre du support, téléphonez au : 02 30 21 18 85'. The form fields include: 'Votre demande concerne : *' and 'Sur quel sujet *' (both dropdown menus), 'Que pouvons-nous faire pour vous ? *' (a large text area), 'Joindre une copie d'écran si besoin (2 Mo maximum)' (a file upload area with a 'Browse...' button and 'No files selected.' text), 'Votre téléphone' (a text input field), and 'Interlocuteur habituel ?' (a dropdown menu). An 'Envoyer' button is at the bottom right. A note '*Champs obligatoires' is at the bottom left. A green arrow points from the text '2 Pour toute demande urgente, contactez le support au : 02 30 21 18 85' to the third instruction.

2

Pour toute demande urgente, contactez le support au :
02 30 21 18 85

Formations

3 Découvrir toutes nos formations :

[cliquez ici](#)



Les formations

Sur la plateforme CRM marketing Hélium Connect

Prendre en main Hélium Connect - niveau 1	+
Qualifier et nettoyer sa base de données - Hélium Connect	+
Créer des formulaires avancés	+
Réaliser des campagnes e-mails/SMS avancées	+

Les formations

En marketing relationnel

Introduction au Marketing Automation	+
Marketing Automation : définir mes 1ers scénarios	+
Marketing Relationnel : définir ma segmentation marketing	+
Définir mes tableaux de bord et KPI essentiels	+
Marketing digital et RGPD	+
Développer mes ventes E-shop en BtoC	+
Transformer plus de prospects en clients	+



Autres ressources pour optimiser votre marketing relationnel

4 Guides et ressources à télécharger :

[cliquez ici](#)

Nos e-books marketing relationnel & CRM

Découvrez nos e-books sur le marketing relationnel pour des conseils et pratiques efficaces !

Vous souhaitez optimiser votre stratégie CRM & marketing relationnel ? Plongez dans nos ressources pour découvrir nos meilleures recommandations. Le marketing relationnel n'aura plus de secrets pour vous. Explorez nos dossiers dès maintenant et boostez votre stratégie marketing relationnel !

<p>STRATÉGIE DIGITALE Les 10 incontournables pour une stratégie digitale qui cartonne</p> <p>En savoir plus</p>	<p>COLLECTE 48 bonnes idées de formulaires</p> <p>En savoir plus</p>	<p>DATA - RGPD Les actions clés pour une base de données de qualité et un ROI préservé, dans le respect du RGPD</p> <p>En savoir plus</p>
<p>FIDÉLISATION Mesurer la satisfaction de vos clients</p>	<p>EMAILING Comment concevoir des emailings efficaces</p>	<p>MARKETING RELATIONNEL Regards Croisés - 5 experts vous parlent de leur expérience</p>

5 Cas clients et articles :

[cliquez ici](#)

<p>Magalli</p> <p>EXEMPLE D'UNE STRATÉGIE CRM MARKETING ET LEAD NURTURING RÉUSSIE</p>	<p>macoretz</p> <p>COMMENT LE LEAD NURTURING AMÉLIORE LES PERFORMANCES COMMERCIALES DE MACORETZ ?</p>	<p>SAINT JAMES</p> <p>CRÉER SON NOUVEAU SERVICE DE RÉPARATION DE VÊTEMENTS GRÂCE À UN FORMULAIRE DE COLLECTE ET AU CRM</p>
<p>Carsat</p> <p>AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT SUR UN SALON GRÂCE AU DIGITAL ET À L'AUTOMATISATION</p>	<p>rescue.</p> <p>RESCUE : UN PROJET BTORBOC AVEC UNE FORTE DIMENSION RSE</p>	<p>freelance</p> <p>UNE MÉCANIQUE DE JEU POUR GÉNÉRER DU TRAFIC EN POINT DE VENTE</p>
<p>Coeur de Jaures</p> <p>CRÉER UN JEU PERMANENT POUR FAIRE CONNAÎTRE SES POINTS DE VENTE ET ACTUALISER</p>	<p>TAHE</p> <p>CONCOURS CRÉATIF : COMMUNIQUER EN IMPLIQUANT LES INTERNAUTES</p>	<p>CYBEL EXTENSION</p> <p>COMMENT ORGANISER UNE GESTION CENTRALISÉE DES LEADS ?</p>
<p>GRDF</p> <p>COMMENT GÉRER LES INSCRIPTIONS A DES VISITES D'ENTREPRISES ?</p>	<p>Promodis</p> <p>CRÉER UN FORMULAIRE EFFICACE : CAS CLIENT</p>	<p>Promodis</p> <p>QUEL JEU ORGANISER POUR BOOSTER VOTRE BOUTIQUE EN LIGNE ?</p>

Restez informé(e) !

S'inscrire à notre newsletter

Recevez notre newsletter dans laquelle vous pourrez découvrir des projets de marketing relationnel menés par des entreprises BtoB et BtoC de tout secteur d'activité.

Vous bénéficierez également de ressources (articles, e-books...) pour améliorer votre expérience client et développez vos ventes.

JE M'ABONNE

* Champs obligatoires

En vous inscrivant à la Newsletter de Net Hélium, vous acceptez que les informations recueillies soient exclusivement traitées pour faire suite à votre demande d'inscription. Vous pourrez vous désabonner à tout moment via le lien de désabonnement présent dans chaque newsletter. Afin d'en connaître plus nos traitements et vos droits, rendez-vous sur la [politique de protection des données](#).

[Inscrivez-vous à notre newsletter](#)