



GUIDE HÉLIUM CONNECT

Utilisation du module emailing

Campagnes - Éditeur Drag & Drop

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

Guide Campagnes Editeur Drag & Drop

03

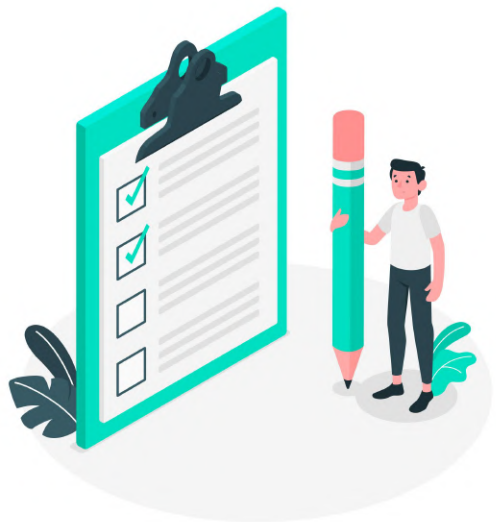
Édition d'une campagne

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'emailing

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 email.

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



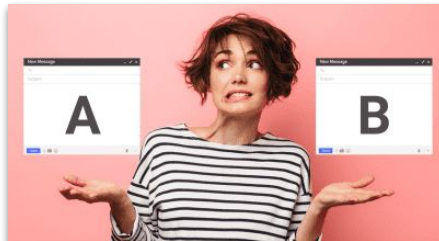
[7 bonnes pratiques pour optimiser les CTA de vos campagnes e-mail](#)



[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

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

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 bas)

Campagnes e-mail

🏠 / Campagnes e-mail

[Nouvelle campagne e-mail](#)

✉ Campagnes e-mail en préparation (2 campagnes au total)

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

[Tout voir](#)

✉ Campagnes e-mail envoyées (252 campagnes au total)

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

Cliquez sur  pour dupliquer une campagne existante.

Les informations de base de l'emailing

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

Nouvelle campagne e-mail

🏠 / Campagnes e-mail / Nouvelle campagne e-mail

Informations de base

Nom *

Nom de l'expéditeur

Expéditeur
contact@net-helium.fr

Objet du mail *

Type de campagne

Envoi simple Récurrente Sur file d'attente

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, 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).


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.

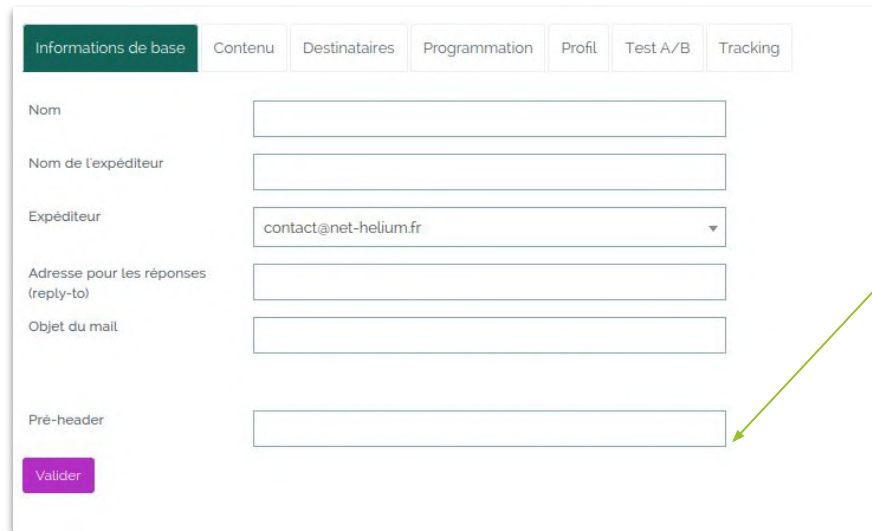
Choisir cet éditeur



Éditeur Drag&Drop

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', 'Nom de l'expéditeur', 'Expéditeur' (with a dropdown menu showing 'contact@net-helium.fr'), 'Adresse pour les réponses (reply-to)', 'Objet du mail', and 'Pré-header'. A purple 'Valider' button is located at the bottom left of the form. A green arrow points from the text on the right to the 'Pré-header' input field.

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 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 / les 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 3](#) 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

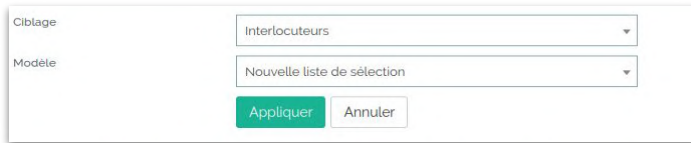
Vous avez 2 options :

- 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 dep 35)

Note : la 2ème option sera bientôt supprimée

Réglages de ma campagne : les 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 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...

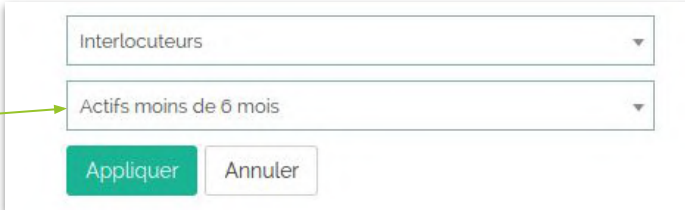
Pour adresser une population OU une autre population, créer une liste de sélection de contacts qui répondent aux critères suivants :

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

Réglages de ma campagne : les destinataires

Si votre liste de sélection est déjà créée :

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



Interlocuteurs

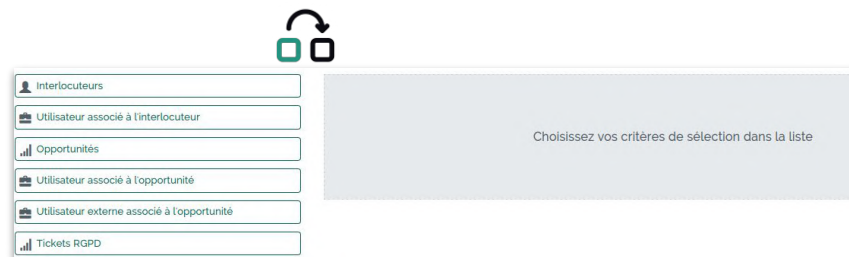
Actifs moins de 6 mois

Appliquer Annuler

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

vous devez cliquer sur « Nouvelle sélection » puis sur « Ajouter une population ». Puis, cliquer 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, si vous le souhaitez, 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).

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.

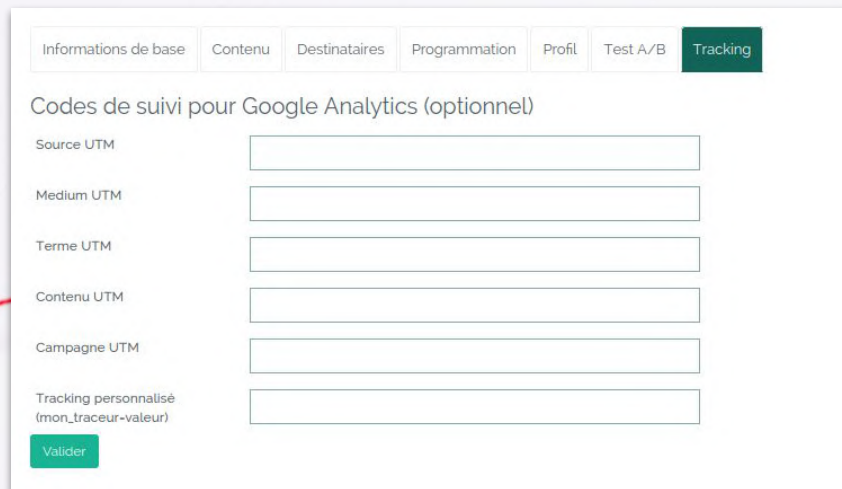
Réglages de ma campagne : les tests A/B

Suite à la programmation de la campagne, rendez-vous dans l'onglet « Test A/B » pour définir 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. At the top, there are tabs for 'Informations de base', 'Contenu', 'Destinataires', 'Programmation', 'Profil', 'Test A/B' (selected), and 'Tracking'. Below the tabs is a blue header with the text 'Comment fonctionnent les campagnes de test A/B ?'. The main content area contains a paragraph explaining the A/B testing process, followed by three bullet points: 'Test sur l'objet', 'Test sur le contenu', and 'Test sur l'objet et le contenu'. Below this is a section for 'Mode de test A/B' with a dropdown menu set to 'Test sur l'objet'. The 'Configuration' section includes a 'Taille de l'échantillon' dropdown set to '10%', a horizontal bar chart showing 'Version A (100%)' in green and 'Version B (100%)' in red, and a 'Heure d'envoi de la campagne finale' dropdown set to '1 heure après le test'. The 'Version A' section has input fields for 'Objet du mail' (containing 'Tzef') and 'Pré-header'. The 'Version B' section has empty input fields for 'Objet du mail' and 'Pré-header'. A 'Valider' button is at the bottom left.

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.



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

Codes de suivi pour Google Analytics (optionnel)

Source UTM

Medium UTM

Terme UTM

Contenu UTM

Campagne UTM

Tracking personnalisé (mon_traceur-valeur)

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.

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 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 » apparaît.



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

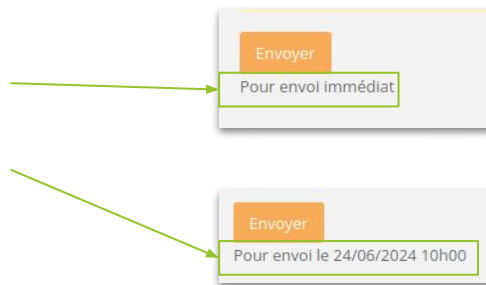
Envoyer

L'envoi d'une campagne

Suite à l'envoi du test et la validation de la liste, 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

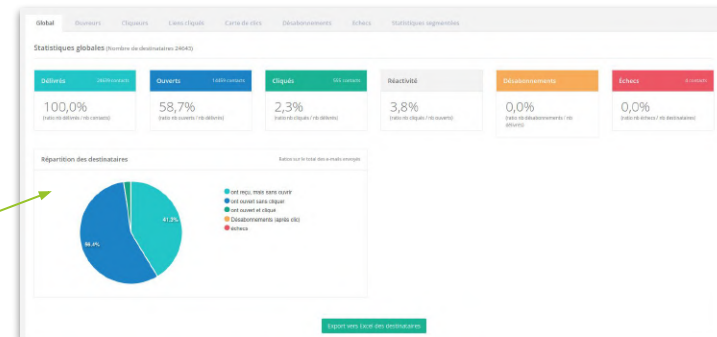
Les statistiques d'une campagne sont disponibles dans l'application le jour suivant l'envoi sur le picto statistiques dans la liste de vos campagnes envoyées :



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

Les 3 statistiques essentiellement suivies :

- **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

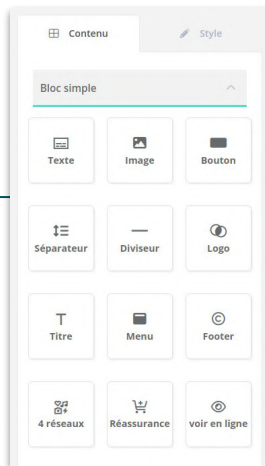




03

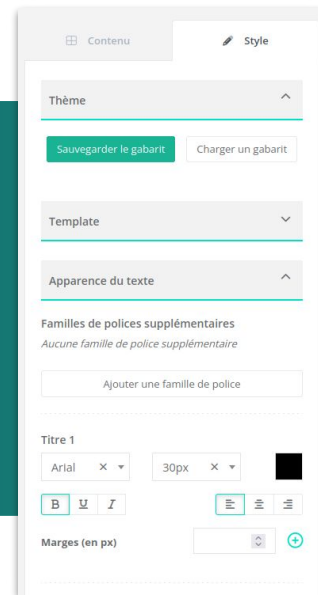
Édition d'une campagne

Édition d'une campagne



Pour concevoir votre email, commencez par faire glisser les blocs de mise en page et de contenu dans votre design.

La section "Style" vous permet de définir des paramètres de design pour l'ensemble du template, comme la police d'écriture ou la couleur des liens, de sorte que vous n'avez pas besoin de modifier les paramètres de chaque bloc individuellement.



Qu'est-ce qu'un conteneur ?

Un bloc conteneur est un bloc structurel qui comprend une ou plusieurs colonnes auxquelles vous pouvez ajouter des blocs de contenu.

Dans l'exemple ci-joint, le conteneur (en vert) contient 2 blocs de contenu dans 2 colonnes différentes : 1 bloc - image / texte / bouton à gauche, 1 bloc : image à droite

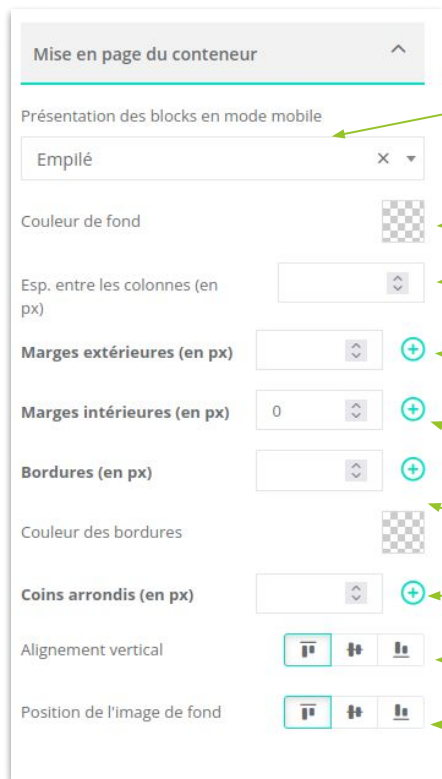
Dans l'éditeur d'emails, il existe deux types de conteneurs :

- **Conteneurs personnalisées**
Les conteneurs personnalisées sont les sections que vous créez vous-même en faisant glisser et en déposant des blocs de contenu.
- **Conteneurs prédéfinies**
Les conteneurs prédéfinies sont des mises en page prédéfinies de différents blocs de contenu et vous permettent de créer facilement des designs d'emails sans avoir besoin de compétences en conception.



NOTE : À tout moment, vous pouvez ajouter, supprimer ou redimensionner des colonnes en cliquant sur le conteneur et en utilisant le curseur central pour les déplacer et les boutons +/- pour ajouter ou supprimer des colonnes.

Paramètres du conteneur



Présentation des blocs en mobile :

vous permet d'ajuster la disposition des colonnes en mode mobile

- mode empilé
- mode côte à côte

Couleur de fond : C'est la couleur appliqué à votre conteneur

Espace entre les colonnes : vous permet d'ajuster l'espace entre les colonnes du conteneur sélectionné en saisissant l'espacement souhaité dans le menu de droite.

Marge extérieur : Espace entre le bord et l'élément Vous pouvez modifier la marge extérieure de chacun des quatre côtés autour du contenu.

Marge intérieure : Espace entre la bordure et l'élément suivant de votre design. Vous pouvez modifier chacun des quatre côtés autour du contenu.

Bordure : Permet d'ajouter une ou plusieurs bordures autour de votre conteneur

Coins arrondis : Permet de faire des bords arrondis à votre conteneur

Alignement vertical : vous permet de modifier la position de vos contenus à l'intérieur de la section : en haut, au milieu ou en bas.

Position de l'image de fond : vous permet de modifier la position de votre image de fond

Qu'est-ce qu'un bloc de contenu ?

Les **blocs de contenu** sont différents **types de contenu** que vous pouvez ajouter à votre e-mail. Vous pouvez **faire glisser les blocs de contenu** dans l'espace de mise en page.

Les blocs de contenu disponibles sont les suivants



NOTE : Glisser l'élément dans la zone grise pour qu'il apparaisse

Qu'est-ce qu'un bloc de contenu ?



voir en ligne

Voir en ligne

Le bloc voir en ligne permet l'affichage de votre campagne directement sur navigateur plutôt que par messagerie



Logo

Logo

Ce bloc de contenu vous permet d'insérer le logo de votre marque n'importe où dans la conception de votre email. Ajoutez votre logo à votre bibliothèque de marques pour éviter d'avoir à le télécharger à nouveau à chaque fois.



4 réseaux

Réseaux

Le bloc Réseaux vous permet de rediriger vos destinataires vers vos pages de réseaux sociaux lorsqu'ils cliquent sur les icônes.



Séparateur

Séparateur

Le bloc de séparation ajoute une ligne horizontale pour séparer les blocs.



Menu

Menu

Le bloc menu vous permet d'insérer les liens qui redirige vers le site internet de votre marque



Réassurance

Réassurance

Le bloc réassurance vous permet d'insérer les différents service clients de votre marque



Footer

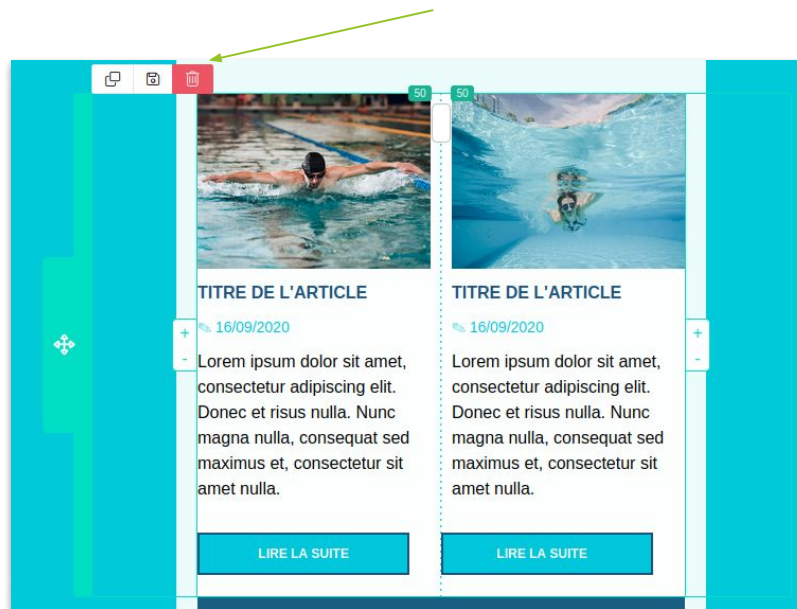
Footer

Le bloc footer vous permet d'indiquer les mentions légales, coordonnées de votre marque...



Qu'est-ce qu'un bloc de contenu ?

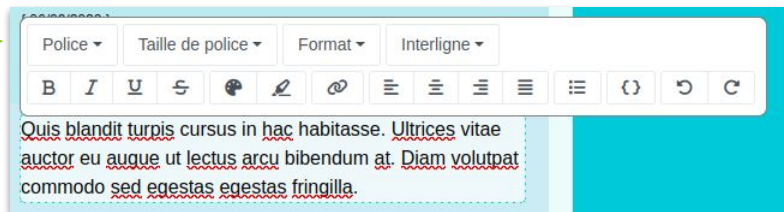
Les actions supplémentaires (dupliquer, enregistrer, supprimer).
L'exemple ci-dessous illustre les actions disponibles pour les blocs conteneurs :



Utiliser les blocs de contenu - Titre & texte

Titre & texte

Sélectionnez le bloc de contenu Texte ou Titre dans le concepteur pour afficher la barre d'outils de formatage de texte en haut du bloc avec les options suivantes :

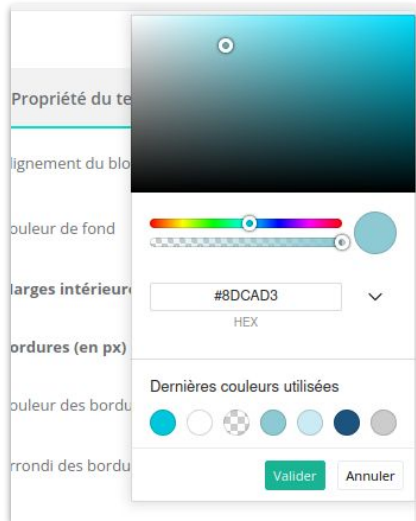


NOTE : Lorsque vous collez du contenu provenant d'une autre campagne ou d'un autre éditeur, la mise en forme, les tableaux et les images ne sont pas reflétés dans l'éditeur Drag & Drop afin d'éviter que votre contenu ne soit gâché par une mise en forme obsolète. Nous vous recommandons de dupliquer ou d'enregistrer votre bloc de contenu pour le réutiliser dans l'éditeur Drag & Drop

Utiliser les blocs de contenu - les couleurs / les bordures

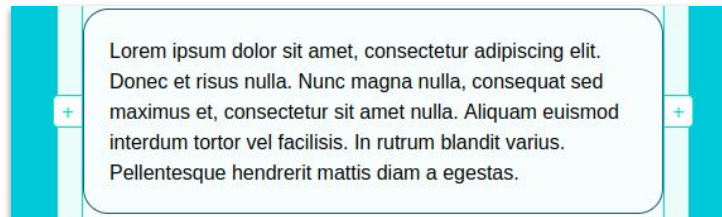
Les couleurs

Les couleurs que vous utilisez dans votre modèle seront désormais enregistrées dans le sélecteur de couleurs :



Les bordures

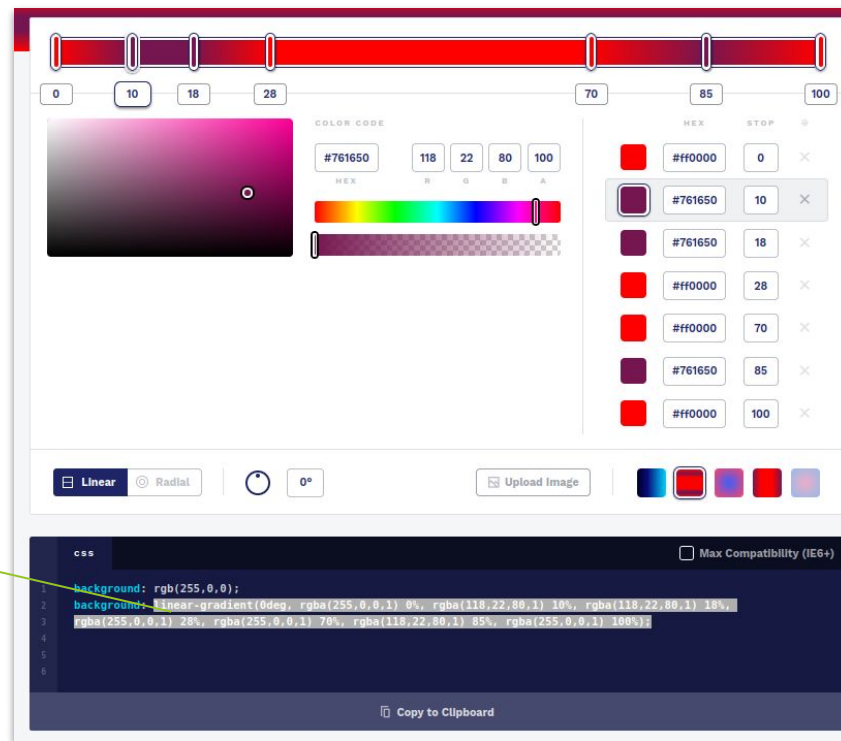
personnalisez la couleur / l'arrondi ainsi que l'épaisseur de vos bordures :



Utiliser les blocs de contenu - le dégradé

Le dégradé

Cliquez sur le lien pour ouvrir le générateur de dégradé puis copier le linear-gradient (exemple surligné) et coller le code dans la partie background puis valider.



Utiliser les blocs de contenu - Les images

Vous pouvez ajouter une image à partir de l'onglet Contenu en utilisant le bloc Image. Vous pourrez ajouter l'image de votre choix par votre bibliothèque de contenu ou en collant le lien vers votre image dans le champ "URL de l'image". Vous pouvez redimensionner ou modifier votre image directement à partir de l'éditeur via le bouton "éditer".

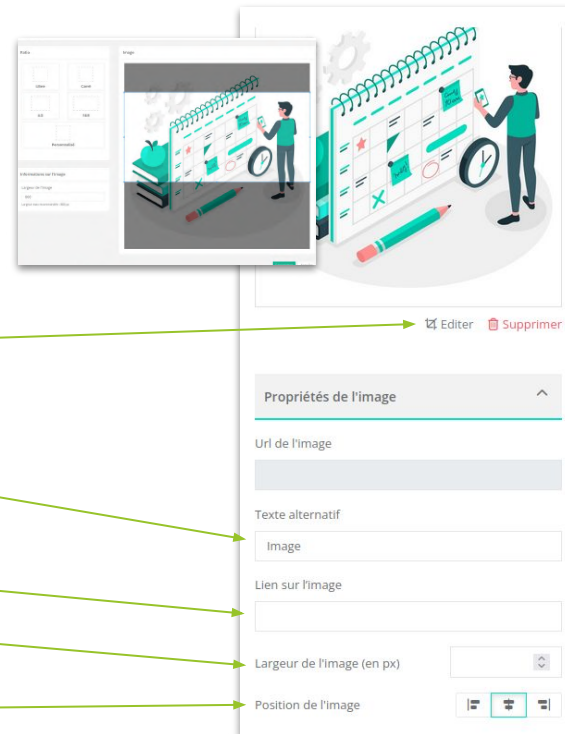
Modifier une image : Notre éditeur par glisser-déposer comprend un éditeur de photos dans lequel vous pouvez redimensionner votre image. Pour accéder à l'éditeur de photos, cliquez sur votre image et cliquez sur le bouton **Éditer** dans les **propriétés de l'image**.

Texte alternatif : Texte qui s'affiche si l'image ne s'affiche pas

Lien sur l'image : L'ajout d'un lien sur une image vous permet de rediriger vos destinataires. Vous pouvez les rediriger vers une page ou un fichier.

Largeur de l'image : Permet de définir la largeur de l'image

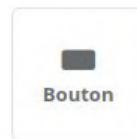
Position de l'image : Permet de choisir la position de l'image dans votre campagne (fermer à gauche / centrer / fermer à droite)



Utiliser les blocs de contenu - les boutons

Ajoutez des boutons pour créer un appel à l'action dans vos emails :

- Faites un glisser-déposer du bloc Bouton dans votre campagne.
- Remplacez le texte de l'appel à l'action par un texte correspondant au contenu vers lequel vous souhaitez rediriger vos destinataires.
- Vous pouvez personnaliser le texte avec des attributs de contact.
- Ajoutez un lien pour rediriger vos destinataires.
- Utilisez la suite panneau de droite pour personnaliser votre bouton.



Propriétés du bouton

Texte du bouton
LIRE LA SUITE

Lien

Largeur du bouton (en px) 200

Alignement du bouton

Couleur de fond

Couleur de bordure

Largeur de la bordure (en px) 2

Coins arrondis (en px) 0

Définir un style pour tout votre email

L'éditeur Drag & Drop facilite la conception d'emails de qualité professionnelle. Il offre plus d'options pour personnaliser votre email et garantit également que votre email s'affiche parfaitement sur n'importe quel client de messagerie et appareil.

Template

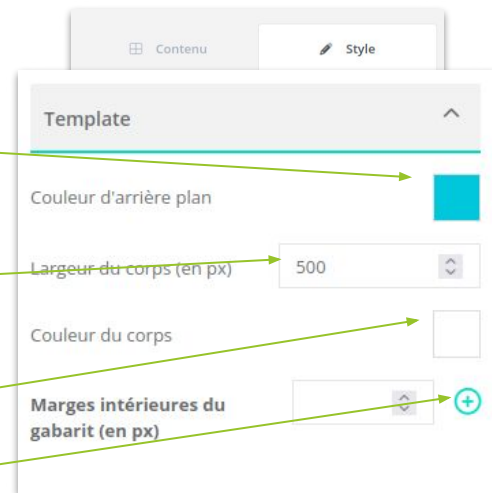
Cette partie vous permet de définir les paramètres d'arrière-plan et de largeur des blocs de contenu...

Couleur d'arrière plan : Choisissez la couleur de fond qui sera appliquée à votre campagne sur toute la largeur. Si vous voulez uniquement que le corps ait une couleur de fond, choisissez une couleur dans le paramètre **Couleur du corps** ci-dessous.

Largeur du corps : Par défaut, elle est de 600 px. Lorsque vous modifiez la largeur, les blocs de mise en page et de contenu sont automatiquement redimensionnés.

Couleur du corps : Cette option vous permet d'ajouter une couleur d'arrière-plan uniquement à votre corps de contenu, comme dans l'exemple ci-dessous en bleu.

Marges intérieures : Permet le réglage des marges par défaut appliqué à votre bloc global



Apparence du texte

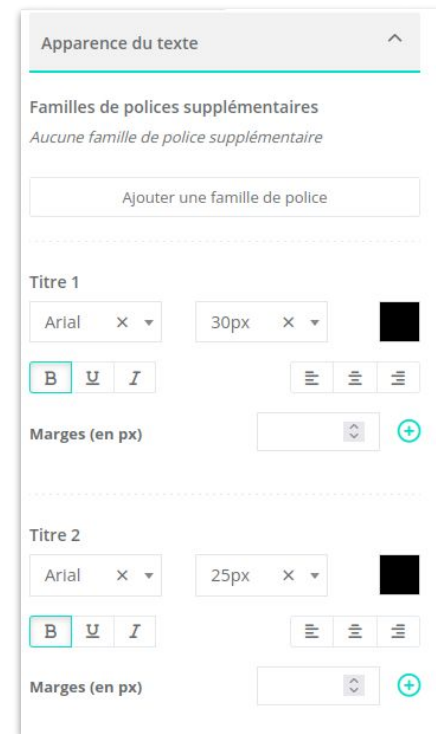
Vous pouvez choisir l'apparence du texte de tous les styles (paragraphes, titres, etc.).

Pour chaque style, définissez la famille de police, la taille et la couleur de police à partir des listes respectives. Cliquez sur "ajouter une famille de police" si vous souhaitez ajouter des polices provenant de Google Fonts à vos listes, ou choisir des polices de remplacement pour le cas où vos destinataires ne pourraient pas afficher la police que vous avez choisi en premier.

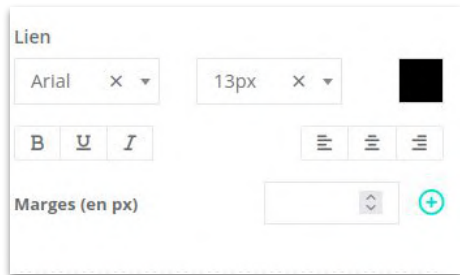
Vous pouvez également modifier la police d'un élément spécifique de votre design en sélectionnant le texte et en choisissant une police à partir de la barre de mise en forme en haut du bloc de texte.



NOTE : Si vous avez modifié la police manuellement en sélectionnant le texte et en utilisant la barre de mise en forme, elle n'est pas modifiée lorsque vous sélectionnez une police sous Design > Apparence du texte.



Définir un style de conception pour tout votre email

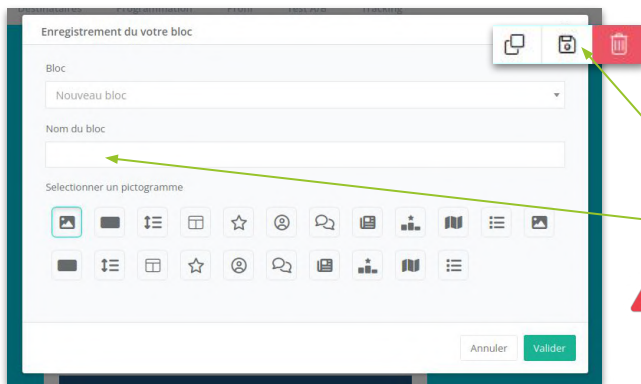


Lien

De là, vous pouvez définir le style par défaut de tous les liens de votre newsletter. Si vous souhaitez changer rapidement l'aspect de tous les boutons, faites-le à partir d'ici !

Vous pouvez choisir le style et la taille de police, la couleur, ainsi que la police souhaitée.

Enregistrer un bloc



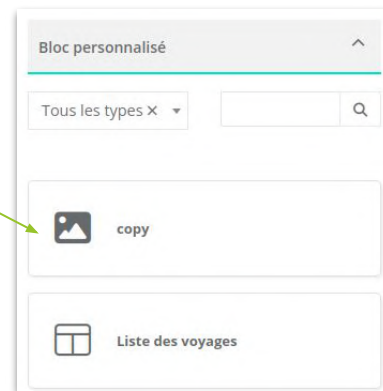
Vous pouvez enregistrer un bloc de mise en page entier ou un bloc de contenu spécifique à l'intérieur d'un bloc de mise en page.

- Sélectionnez le bloc que vous souhaitez enregistrer.
- Cliquez sur l'icône de sauvegarde (disquette).
- Ajoutez un nom, puis cliquez sur Valider.



NOTE : Vous pouvez toujours modifier le nom et le contenu d'un bloc enregistré pour pouvoir le retrouver plus facilement.

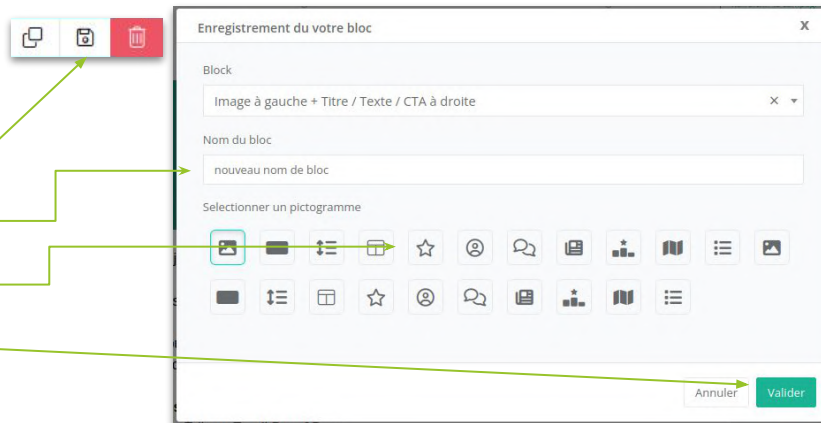
Votre bloc enregistré s'affichera dans l'onglet Bloc personnalisé dans le menu de droite et sera mis automatiquement à votre disposition dans les autres campagnes de votre base. Vous pouvez enregistrer autant de blocs que vous le souhaitez.



Gérer les blocs enregistrés

Vous pouvez toujours modifier un bloc enregistré :

- Choisir le bloc à ré-enregistrer
- Cliquez sur l'icône de modification (disquette) sur le bloc que vous souhaitez renommer par exemple.
- Saisissez un nouveau nom pour votre bloc.
- Cliquez sur une icône de bloc.
- Validez



Liens d'ancrage

Utilisé pour créer un lien qui dirige l'utilisateur vers une section spécifique de la même page.
Voici comment cela fonctionne :

Étape 1 : Créer l'ancre (la cible)

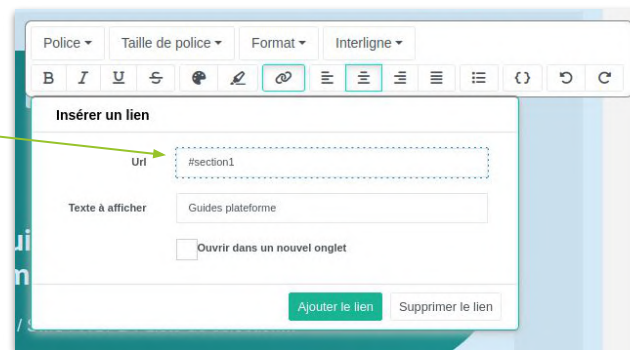
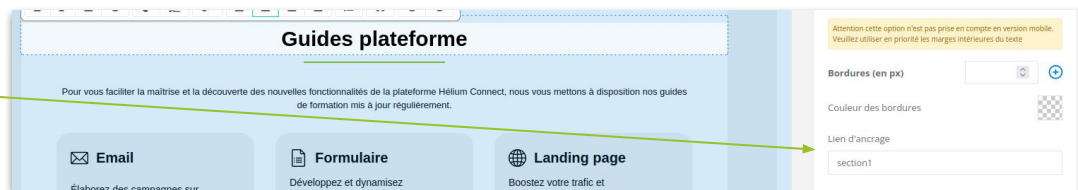
Définir un identifiant sur l'élément où vous voulez que l'utilisateur soit dirigé via la "mise en page du contenu" dans le champ : Lien d'ancrage. Par exemple : **section1**

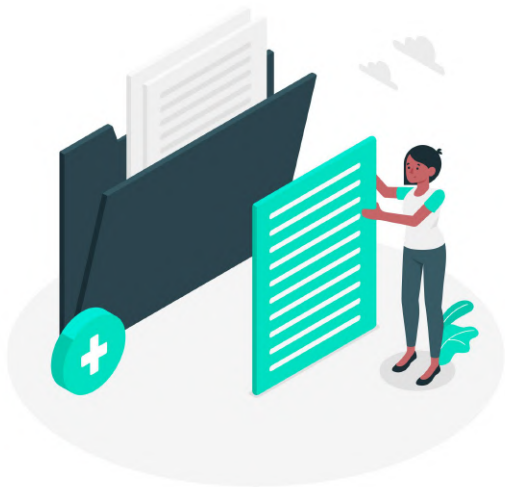
Étape 2 : Créer le lien d'ancrage

Ensuite, vous créez un lien qui pointe vers cet identifiant. Pour ce faire, vous utilisez le symbole # suivi de l'identifiant : **section1**

Résultat :

Lorsque l'utilisateur clique sur ce lien, il sera automatiquement dirigé vers la section de la page qui a l'identifiant **section1**.





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](#)

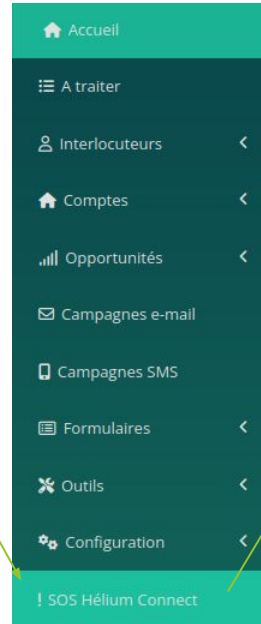
The screenshot shows a webpage for Hélium Connect training guides. At the top, there is a dark green header with the Hélium Connect logo on the left and navigation links for 'Guides plateforme', 'Pour aller plus loin...', and 'Segmentation détaillée' on the right. Below the header, a large green curved 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 is 'Questions Fréquentes', which includes a paragraph of text and a green button labeled 'Consultez la FAQ'. To the right of this section is an illustration of two people working at a computer. The second section is 'Guides plateforme', which has a sub-header and a paragraph of text. Below this, there are three cards, each with an icon and a title: 'Email' (with an envelope icon), 'Formulaire' (with a document icon), and 'Landing page' (with a globe icon). Each card contains a short description and a right-pointing arrow.

Support

2 Contactez le support

1

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

A screenshot of a web form titled 'SOS Hélium Connect :'. It features an illustration of two people with question marks. The form includes three numbered instructions: 1. Check guides, 2. Fill out the form for faster resolution, 3. Call 02 30 21 18 85 for urgent requests. The form fields are: 'Votre demande concerne : *' (dropdown), 'Sur quel sujet *' (dropdown), 'Que pouvons-nous faire pour vous ? *' (text area), a file upload field with 'Browse...' and 'No files selected.', 'Votre téléphone' (text field), and 'Interlocuteur habituel ?' (dropdown). An 'Envoyer' button is at the bottom right. A note at the bottom left says '*Champs obligatoires'.

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 BTORBCO 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 ACTUALITÉS</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>QUEL JEU ORGANISER POUR BOOSTER VOTRE BOUTIQUE EN LIGNE ?</p>

Restez informé !

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](#)