



Comment bien choisir son auto-répondeur ?

Présenté par Thierry Dubois

Conditions d'utilisation

Cet ouvrage est protégé par un copyright et Thierry Dubois est détenteur des Droits originaux et initiaux.

Vous n'avez aucun droit de revente.

Cet ouvrage est gratuit, donc il est logique et honnête qu'il en soit de même pour toutes autres personnes désireuses de le lire.

Toute reproduction ou modification totale ou partielle du présent contenu est absolument interdite sans l'accord express de l'auteur.



Toutefois, le simple fait de lire ce présent ouvrage vous donne le droit de l'offrir en cadeau à qui vous le souhaitez.



L'auteur ne peut être tenu pour responsable des éventuels liens brisés au sein de cet ebook provenant de sociétés indépendantes et dont celui-ci n'a pas le contrôle.

Sommaire

Conditions d'utilisation.....	2
Sommaire.....	3
Introduction.....	3
1. Pourquoi choisir un auto-répondeur ?.....	4
2. Critères pour choisir son auto-répondeur	8
3. Comparatif.....	10
Conclusion.....	12

Introduction

Nombreux sont ceux qui n'ont pas pris conscience de la réelle utilité d'un auto-répondeur.

J'ai eu, au téléphone, une personne qui me disait :

« Il n'est pas utile d'investir dans un auto-répondeur ; un système de newsletter tel que [Poplist](#) suffit amplement ».

« Pourquoi payer un abonnement à un auto-répondeur vu que l'on peut intégrer un logiciel d'auto-répondeur sur son hébergement pour quelques euros »

Vous verrez dans le premier chapitre :

-
- Pourquoi c'est une erreur de penser ainsi !
-
- Les avantages de choisir ce type d'outil pour envoyer des emails à vos prospects et clients.

Dans le 2^{ème} et 3^{ème} chapitre, je vous présente (sans rentrer dans des détails techniques) :

- Les critères pour choisir un auto-répondeur
-
- Les différents auto-répondeurs présents sur le marché.

Je vous souhaite une très agréable lecture.

Thierry Dubois

1. Pourquoi choisir un auto-répondeur ?

Voyons ensemble trois avantages importants d'un auto-répondeur face à un simple script d'envoi d'emails.

Avantage N° 1 : Automatisation des envois

Un auto-répondeur permet la planification des envois. Vous pouvez envoyer sans aucune intervention de votre part des emails à vos contacts en configurant à l'avance les séquences d'envois.

Exemple :

- Un visiteur s'inscrit à votre mailing Liste,
- Le 1^{er} jour, il reçoit un email de bienvenue,
- Le 3^{ième} jour, il reçoit un deuxième email,
- Le 10^{ième} jour après son inscription, il reçoit un troisième email, etc...

Il est impossible de réaliser ce type d'envoi avec un système de newsletter classique.

Avec une newsletter classique, vous envoyez le même email en temps réel à votre liste de contact.

La date d'arrivée de votre contact dans votre base client n'est dans ce cas pas pris en compte.

Quel est l'intérêt me direz-vous ?

Pour comprendre, je vais vous donner un exemple très simple.

Imaginez que vous mettez en place une formation en dix leçons.

Avec un auto-répondeur, chacun de vos contacts aura accès à votre formation par envoi successif d'emails prédéfinis à l'avance.

Avec Pop List ou tout autre système de newsletter, vous faites comment ???

Votre contact A, inscrit en janvier 2009 va recevoir la même leçon que votre contact B, inscrit en juin 2009.

Vous comprenez mieux maintenant.

Si vous souhaitez vendre un produit par succession d'emails, le principe reste le même.

Sans auto-répondeur, je ne vois pas comment vous allez procéder.

Vous ne pouvez pas vous permettre d'envoyer le même email à votre liste de contacts sans vous préoccuper de leurs dates d'inscriptions.

Avantage N° 2 : Délivrabilité des envois

Le but est que vos emails arrivent à destination.

Avec un auto-répondeur (Normalement !!), le taux de délivrabilité est bien plus important que tout autre système d'envoi.

Je dis, normalement, car ce n'est pas vrai pour tous les auto-répondeurs.

Tous les prestataires qui proposent un auto-répondeur n'assurent pas la délivrabilité grâce au "white liste" des FAI (fournisseur accès internet) et webmails.

Voir cet article : [abc netmarketing](#)

Avantage N° 3 : Double Opt-in

Avant voyons ce qu'est le opt-in et le double opt-in.

Lorsque vous souhaitez créer votre liste de contacts, vous placez un formulaire sur votre site Internet.

Vos visiteurs entrent leurs adresses emails afin de recevoir vos emails.

Cette option s'appelle **l'opt-in ou permission marketing**.

C'est le visiteur qui a pris la décision de recevoir vos emails en donnant son adresse email.

C'est la manière la plus simple pour obtenir des adresses mails.

Mais vous n'avez aucune garantie que vos abonnés souhaitent réellement recevoir vos emails.

N'importe qui peut entrer une adresse mail qui n'est pas la sienne via un formulaire.

Une adresse dite « double opt-in » est une adresse opt-in pour laquelle le contrôle de l'accord a été effectué en deux étapes.

1ère étape :

Comme pour une liste d'abonnés en op-in, le visiteur s'inscrit en donnant son email via un formulaire.

2ème étape :

Le visiteur doit confirmer son adresse email en cliquant sur un lien présent dans un email qui lui a été envoyé automatiquement après son inscription.

Si le visiteur ne valide pas son adresse email, votre abonné sera placé sur une liste en attente d'une deuxième confirmation.

L'avantage d'une liste d'abonnés en double op-in est d'avoir la garantie que tous vos abonnés désirent recevoir vos emails.

L'inconvénient est que certains ne prendront pas la peine de confirmer leurs adresses emails.

Toutefois, il est préférable d'avoir un petit nombre d'abonnés réactifs à vos emails qu'un grand nombre de soit disant « abonnés ».
Il est préférable de choisir la qualité, à la quantité...

Ces trois avantages d'un auto-répondeur valent bien son investissement.

Gérer votre liste d'abonnés en interne ou en externe ?

Sans trop rentrer dans les détails techniques, la gestion en interne des emails (sur votre propre hébergement) est très complexe à gérer.

Même si on vous propose un logiciel qui respecte les règles de "permission marketing", un bon nombre de vos messages seront bloqués, filtrés et iront tout droit à la corbeille "spam".

De plus, ne croyez surtout pas que votre hébergeur vous autorisera à envoyer de nombreux emails simultanément.

Dans ce cas, la seule solution est d'opter pour un serveur dédié et d'être capable de le gérer correctement.

C'est un travail délicat demandant de nombreuses connaissances telles que l'installation d'une signature DKIM sur vos mails sortants, la configuration du sender Id, du SPF...

Même après ce travail de configuration, rien ne vous garantit que l'adresse IP de votre serveur ne sera pas blacklistée par Hotmail, yahoo...

Et pour être white-listé par Hotmail, aol, Yahoo c'est encore une autre histoire !

Avez-vous penser à la maintenance ? Les mises à jour, la sécurité etc...
Bref, c'est une solution pour les plus expérimentés !

Certains diront qu'il reste la solution de développer soi-même son propre logiciel.

Oui c'est possible mais pour obtenir, tout seul, un résultat équivalent à Aweber, c'est des années de travail...

Personnellement, ayant de bonnes bases en programmation, je me lancerais pas dans une telle aventure !

2. Critères pour choisir son auto-répondeur

Avant de choisir votre auto-répondeur, voici quelques critères à prendre en considération :

Critère N°1 : Le sérieux du prestataire

Ce critère est le plus important de tous !
Votre prestataire a le pouvoir de supprimer votre compte client.
Et dans ce cas, vous perdez la totalité de votre liste de contacts.
Il est donc important d'avoir une totale confiance en votre prestataire.

N'oubliez pas qu'il est difficile de reconstituer sa liste de contacts.
Si vous choisissez mal votre prestataire dès le départ, tout sera à recommencer !

Critère N°2 : Le service après-vente

Le prestataire doit répondre aux emails de ses utilisateurs.
Il doit aider les utilisateurs débutants à l'utilisation de ses services.

Et surtout, un prestataire doit être respectueux, ne doit jamais injurier ses clients, quelle qu'en soit la raison...
Cela paraît évident de la part d'un professionnel et pourtant...

Critère N°3 : Le taux de délivrabilité des emails

Un bon prestataire doit avoir de bonnes relations avec les FAI (Fournisseurs d'Accès à Internet) afin qu'aucun mail ne soit bloqué.

Un bon prestataire doit afficher un taux de délivrabilité proche des 100 %.
Et pour arriver à un tel résultat, le prestataire doit adhérer aux normes strictes fixées par les FAI et suivre une politique de tolérance "0" face au spamming.

Le « double opt-in » n'est pas encore obligatoire en France (pas pour longtemps...).

Quoi qu'il en soit, Les FAI font bien plus confiance aux prestataires qui ne permettent pas le « simple opt-in ».

A l'heure où le spam est pourchassé, où les FAI sont très exigeants, il est plus prudent de choisir un prestataire qui propose uniquement le « double opt-in ».

Critère N°4 : Les fonctionnalités

Tous les prestataires ont des fonctionnalités de base équivalentes telles que :

- Envoi d'une série de messages paramétrés en séquence.
- Envoi de messages à date fixe.
- Personnalisation des messages.
- Envoi d'un message à plusieurs listes différentes sans faire de doublon.
- Automatisation de changement de listes (Ex : passage automatique d'un abonné d'une liste prospect en liste client).
- Statistiques sur les abonnés (nombre d'inscription valide ou non, nombre de désinscription par jour, semaine, mois, année).
- Statistiques sur l'ouverture des mail (nombre d'inscriptions valides ou non, nombre de désinscriptions par jour, semaine, mois, année).

En ce qui concerne les statistiques d'ouverture des mails (nb d'inscriptions valides ou non, nombres de désinscriptions par jour, semaine, mois, année), peu de prestataires proposent des outils fiables.

Par exemple, avec Cybermailing, si vous faites vos messages en texte et non en HTML, vous ne serez pas si votre email a été lu ou non...
Conséquence : problème de cohérence entre les statistiques affichées et la réalité...

De même, pour les fonctionnalités de tracking ou des fonctionnalités avancés, peu de prestataires en proposent.

Critère N°5 : Le prix

C'est à mon humble avis, le critère le moins important, si le prix affiché reste honnête...

Quelque soit le prix affiché, celui-ci doit correspondre au service proposé, aux avantages présentés !
Et là encore, vous pourriez être surpris...

3. Comparatif

Dans ce comparatif, il est bien entendu que je ne vais pas vous énumérer les auto-répondeurs internes à insérer sur votre propre hébergement car c'est vraiment la solution à oublier.

Je ne vous parlerais pas non plus de AlboMail qui est un auto-répondeur semi-automatique...

1. Auto-répondeur Mailing Cible (testé)

- **Avantages**

- Son prix (90 € ou 160 € /an selon la formule choisi)
- Facilité d'utilisation

- **Inconvénients**

- Publicité mailing Cible sur l'email de validation
- Trop d'emails passent dans la case spam...
- Limitation du nombre de listes de diffusion
- Incompatible avec AOL

2. Autorepondeurweb (non testé)

Pas besoin de le tester pour savoir qu'il n'est pas vraiment fiable.

En vous inscrivant, leur email passera directement dans votre boîte spam. Sans commentaire...

3. Auto-répondeur Cyber-mailing (testé)

- **Avantages**

- Facilité d'utilisation (en français)
- Jusqu'à 10000 abonnés
- Liste et envoi illimité

- **Inconvénients**

- Une équipe irrespectueuse vis à vis de ses clients !!!
- Quelques bugs de fonctionnement
- Emails valides qui passent en hard bounce
- Statistique sur les ouvertures d'emails non fiables
- Blacklisté par Yahoo, Hotmail et bien d'autres...
- Pas de fonctionnalités avancées

Le service à 15,95€ /mois n'est pas en adéquation avec les avantages énumérés sur leur site...

Pour ne plus avoir de problèmes avec les hard bounce (email valide qui passe en email non valide), ils ont une alternative : une solution sur un serveur dédié à 50 € /mois. Sans commentaire...

4. auto-répondeur [Aweber](#) (testé et adopté)

- **Avantages**

- Facilité d'utilisation pour les fonctionnalités de base
- Une interface très professionnelle
- De nombreuses fonctionnalités
- Équipe réactive et respectueuse
- Des statistiques remarquables
- Délivrabilité approchant les 100% (white-listé par les FAI)

- **Inconvénients**

- En anglais
- Doc en anglais
- Le prix

La fiabilité et le sérieux d'Aweber n'est plus à démontrer.
Je n'ai pas choisi Aweber en premier lieu car je recherchais une solution fiable en français.

En fait, avec des [vidéos explicatives](#), c'est un jeu d'enfant...

Le prix de leur service est en fonction du nombre d'abonnés :

De 0 à 500 abonnés	19 \$ (environ 13 €)
De 501 à 2500 abonnés	29 \$ (environ 20 €)
De 2501 à 5000 abonnés	49 \$ (environ 35 €)
De 5001 à 10000 abonnés	69 \$ (environ 50 €)
De 10001 à 25000 abonnés	149 \$ (environ 106 €)
Au dessus	Les contacter

5. auto-répondeur [Getresponse](#) (non testé)

Celui-ci je ne le connais pas.
Mais il est du même acabit qu'Aweber : fiable et sérieux.

Getresponse a changé sa politique de prix en se calquant sur les prix d'Aweber.

De 0 à 500 abonnés	18 \$
De 501 à 2500 abonnés	28\$
De 2501 à 5000 abonnés	45 \$
De 5001 à 10000 abonnés	65 \$
De 10001 à 25000 abonnés	145 \$
Au dessus	Les contacter

Conclusion

Pour fidéliser votre clientèle, pour vendre par email, il est indispensable d'investir dans un outil fiable représenté par une entreprise sérieuse.

Si vous devez changer de prestataire, vous n'aurez pas la possibilité d'exporter votre liste comme vous voulez.

En demandant à vos contacts de se réinscrire en double Opt In, vous en perdrez certains en cours de route.

Il est donc important de faire le bon choix dès le départ !!

Si vous souhaitez investir dans un auto-répondeur FIABLE, je vous conseille vivement [Aweber](#).

C'est en anglais mais avec de bonnes vidéos, de bons tutos, ce n'est pas compliqué.

Téléchargez gratuitement ce guide :



Un manuel à mettre dans toutes les mains !

[Apprenez tout en gagnant de l'argent](#)