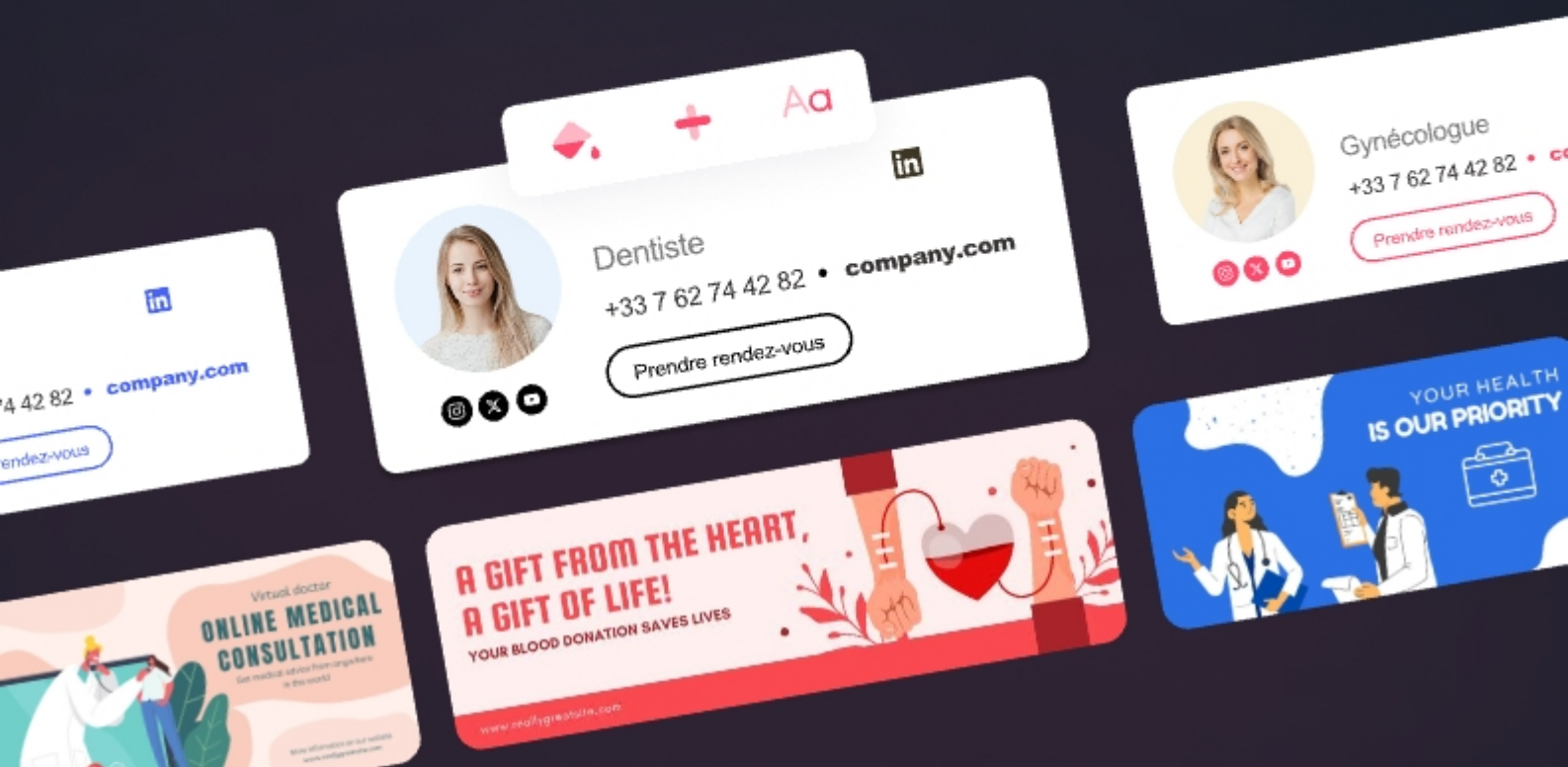


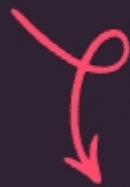
signitic

Le guide de la signature e-mail dans le secteur de la santé

+ 10 IDÉES DE CAMPAGNES



Avant-propos



Dans le domaine de la **santé**, la **communication** joue un rôle vital, offrant une plateforme pour se distinguer dans un environnement concurrentiel. Une stratégie souvent sous-estimée mais incroyablement **efficace** est l'utilisation des **signatures d'e-mail** pour promouvoir votre établissement, engager vos patients et **augmenter votre visibilité**. Dans ce livre blanc, nous explorerons les meilleures **pratiques** à adopter et vous présenterons **10 idées** de **campagnes** de communication à diffuser via vos signatures d'e-mail. Ces stratégies vous aideront à **dynamiser** votre présence sur le marché de la santé, à **renforcer** votre réputation et à attirer de nouveaux patients.



La valeur de la **signature d'e-mail** est souvent négligée en tant qu'**outil de communication**, pourtant, elle revêt une **importance capitale** dans la manière dont les patients **perçoivent** votre **établissement de santé**.

Voici pourquoi cet élément est si stratégique :

RENFORCER VOTRE IMAGE DE MARQUE

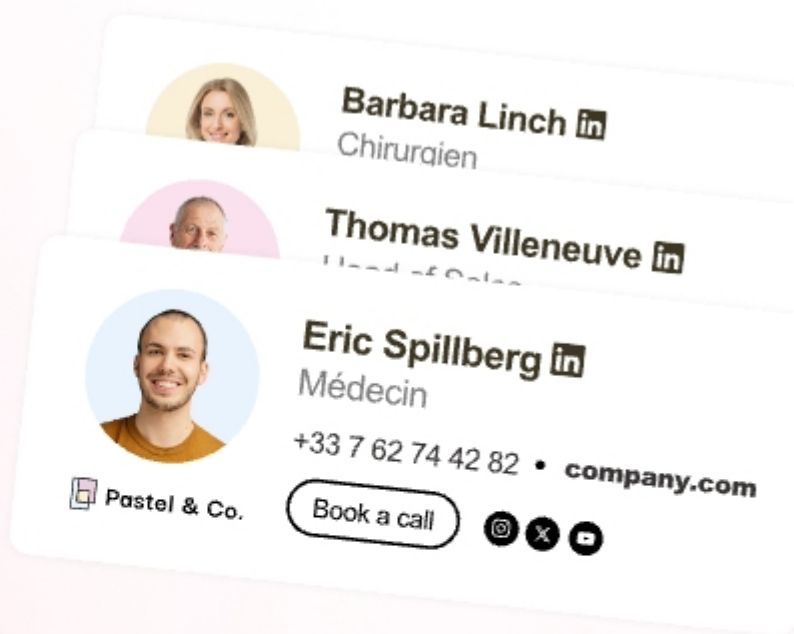
Votre signature d'e-mail est une **extension** de votre institution de santé. Elle constitue une occasion unique de transmettre votre **image de marque**, votre logo et votre message à chaque interaction. Une signature d'e-mail soigneusement élaborée et professionnelle renforce la **crédibilité** et la **confiance** auprès de vos patients et futurs patients. C'est un moyen de démontrer votre sérieux, votre **professionnalisme** et votre souci du détail.

GÉNÉRER DE LA CONFIANCE CHEZ LES DESTINATAIRES

La **confiance** est un élément essentiel dans toute relation en milieu médical. Une signature d'e-mail **soignée** et **uniforme** renforce la confiance des destinataires, ce qui peut avoir un impact décisif dans leur décision de recourir à vos services ou non.

FOURNIR DES INFORMATIONS ESSENTIELLES

Votre signature d'e-mail ne se contente pas d'être une représentation de votre établissement de santé, elle peut également être une source précieuse d'**informations** pertinentes. Vous avez la possibilité d'inclure des coordonnées de contact directes, des liens vers votre **site web**, vos profils sur les réseaux sociaux, ainsi que des détails spécifiques tels que les heures d'ouverture de votre établissement ou des **campagnes de communication**, via des bannières pour promouvoir un **service**, un **contenu** ou un **événement**. Cette approche simplifie la vie de vos patients et futurs patients en leur fournissant rapidement les informations nécessaires pour vous contacter ou découvrir vos services.



CRÉER UNE IMPRESSION MÉMORABLE

Une signature d'e-mail bien élaborée crée une impression **mémorable** pour vos patients et destinataires. Elle apporte une touche personnelle à vos communications, démontrant l'importance que vous accordez à chaque interaction. Cette approche peut laisser une impression durable et positive, ce qui est crucial dans un domaine compétitif tel que la **santé**.

En conclusion, la signature d'e-mail va bien au-delà d'une simple formalité. Elle constitue un pilier de votre **stratégie de communication**, renforçant votre image de marque, instaurant la confiance, fournissant des informations essentielles et créant une expérience mémorable.

Comprendre et tirer parti de l'importance de la signature d'e-mail peut positionner votre établissement de santé comme un acteur plus influent et compétitif sur le marché.

Les bases pour une signature efficace



Simplicité est mère de lisibilité. Optez pour une signature claire et structurée, mettant en avant les informations cruciales.



Détails indispensables. Votre nom, votre titre (tel que "Médecin généraliste" ou "Spécialiste en dermatologie"), et vos coordonnées directes sont indispensables. Ce sont les fondements, mais demeurent l'élément le plus crucial !



Valorisez votre institution. Le logo de votre établissement de santé doit occuper une place centrale pour renforcer votre crédibilité.



Liens stratégiques. Un accès direct au site web de l'établissement et à ses réseaux sociaux. Pour LinkedIn, optez pour une politique uniforme pour toute l'équipe : utilisez soit le profil de l'entreprise, soit le vôtre.



Prudence avec les citations. Bien que séduisantes, elles peuvent détourner de votre message principal. À utiliser avec discernement.





Adaptabilité avant tout. Assurez-vous que votre signature est lisible sur toutes les boîtes de réception (Outlook, Gmail, Yahoo, Thunderbird...)



Harmonie graphique. Votre signature doit être conforme à l'identité visuelle de votre établissement de santé pour une image cohérente.



Images optimales. Des visuels légers et pertinents, comme votre photo professionnelle, peuvent ajouter une touche personnelle sans alourdir l'e-mail.



Mises à jour régulières. Un changement d'adresse, l'obtention d'une nouvelle certification ? Mettez à jour votre signature pour refléter ces évolutions.



Bannière sur les services médicaux. Mettez en avant les services médicaux spécifiques offerts par l'établissement, tels que les consultations générales, les examens spécialisés, ou les programmes de prévention, avec une bannière dans votre signature pour attirer efficacement l'attention.

LA SIGNATURE DE MAIL, UN CANAL DE COMMUNICATION À PART ENTIÈRE

La signature e-mail ne se limite pas à une simple formalité ou à un élément de cohérence. Elle représente également un canal de communication stratégique, particulièrement pour vous, professionnels de la santé.

En intégrant des bannières au bas de chaque signature, vous pouvez transformer chaque e-mail envoyé en une opportunité de communication subtile mais efficace. C'est une manière simple de relayer votre image, de promouvoir des services médicaux spécifiques, d'annoncer des événements ou des campagnes de santé publique, ou simplement de renforcer votre présence en ligne.

Chaque interaction par mail devient ainsi une occasion de rappeler au destinataire votre expertise, votre professionnalisme et les services de santé que vous offrez. Dans un domaine où la visibilité et la mémorisation sont essentielles, exploiter la signature de mail comme un outil de communication est une stratégie à la fois discrète et puissante pour vous.

DES SIGNATURES HARMONISÉES POUR PLUS DE COHÉRENCE ET DE CONFIANCE

Dans le domaine de la santé, l'importance d'une signature e-mail bien exploitée et uniformisée prend une dimension cruciale. Ce secteur repose fortement sur la confiance, la crédibilité et la première impression. Lorsqu'un patient ou un partenaire reçoit un e-mail, la signature est souvent l'un des premiers éléments qu'il observe.

Une signature professionnelle et cohérente à l'échelle de tous les collaborateurs renforce la confiance, démontre le sérieux de l'établissement de santé et peut même être un facteur décisif dans le choix d'un prestataire médical.

Dans un domaine aussi compétitif que la santé, où chaque détail compte, une signature e-mail uniformisée et bien conçue peut faire la différence entre gagner ou perdre un patient. Elle sert non seulement de carte de visite numérique, mais aussi de reflet de l'engagement de l'établissement envers l'excellence et la qualité des soins.



L'IMPACT DES SIGNATURES VALIDÉ PAR LA SCIENCE

L'eye tracking évalue le parcours de l'œil en mesurant les points et le temps de fixation du regard, en temps réel.

Les données permettent de dresser une carte de chaleur composée à la fois de zones chaudes et froides. Les endroits qui attirent l'œil de l'internaute sont ainsi représentés par les **zones chaudes**. Les zones froides quant à elles sont les zones les moins regardées.

Utilisé en marketing traditionnel comme en marketing digital. L'eye tracking sert notamment au product marketing, qui se concentre sur **l'identification des besoins et des comportements** avant la commercialisation d'un produit ou service.

Si nous prenons l'exemple d'un site web, l'eye tracking permet de **repérer les zones où placer les contenus les plus stratégiques**. Il vous est ainsi possible de cibler les emplacements clés pour attirer vos clients.

Vous l'aurez compris, cette science est utile pour **améliorer l'expérience utilisateur** et renforcer le taux de conversion d'un prospect.

Découvrez les résultats sur les signatures d'e-mail dans notre étude détaillée.



Vos signatures email sont bien plus importantes que vous ne le pensez.

[Télécharger le Livre Blanc](#)

HARMONISER TOUTES LES **SIGNATURES** EN QUELQUES CLICS

Grâce à **Signitic**, l'uniformisation des signatures de mails n'a jamais été aussi simple. En quelques clics, il est possible de **créer**, de **personnaliser** et de **déployer** une **signature standardisée** pour tous les collaborateurs. Cette solution évite les erreurs manuelles, garantit une **mise à jour simultanée** pour tous les utilisateurs et assure que chaque membre de l'entreprise véhicule une image de marque cohérente.

Avec Signitic, fini les signatures d'e-mail erronées ou avec un design différent pour chaque collaborateur. Intégré nativement à Google Workspace et Microsoft 365, le déployer ne prend que quelques minutes et vous fait économiser toutes les heures passées à relancer vos collègues pour, par exemple, mettre à jour la signature avec la dernière bannière.



NE DIFFUSEZ PAS QU'UNE **SEULE** BANNIÈRE

Dans le cadre de ce livre blanc, nous explorons des moyens novateurs d'utiliser et d'exploiter pleinement les signatures d'e-mail dans le domaine de la santé. Une des fonctionnalités à très forte valeur ajoutée offertes par Signitic est la capacité à diffuser plusieurs bannières dans les signatures des collaborateurs et de créer des A/B tests. Cette fonctionnalité est particulièrement pertinente pour les établissements de santé, car elle permet de maximiser l'espace précieux de la signature d'e-mail pour promouvoir divers services médicaux, campagnes de santé publique ou informations importantes.

En pratique, cela signifie que vous pouvez afficher différentes bannières promotionnelles ou informatives de manière aléatoire dans les signatures de vos professionnels de la santé. Par exemple, vous pourriez faire défiler automatiquement des bannières présentant différents services médicaux offerts, des conseils de prévention ou des témoignages de patients satisfaits. Cette diversité visuelle maintient l'attention des destinataires et assure que votre communication reste dynamique et attrayante.

De plus, cette fonctionnalité offre un niveau élevé de personnalisation, ce qui signifie que chaque professionnel de la santé ou service peut avoir sa propre sélection de bannières en rotation, adaptées à ses spécialités médicales ou à ses préférences personnelles. La rotation de bannières dans les signatures d'e-mail devient ainsi un outil puissant pour renforcer la présence en ligne de chaque établissement de santé et maximiser l'impact de chaque interaction avec les patients potentiels.

UTILISEZ LE CIBLAGE POUR **DIFFUSER** DE LA BONNE MANIÈRE

Dans le domaine de la santé, la pertinence est cruciale lors de la communication avec les patients et les partenaires. C'est pourquoi la fonctionnalité de ciblage personnalisé des campagnes offerte par Signitic est une ressource précieuse pour les établissements de santé. Elle permet de diffuser des messages spécifiques à des groupes cibles définis.

Prenons l'exemple où votre établissement de santé souhaite promouvoir un événement exclusif pour les patients atteints de certaines affections. Avec Signitic, vous pouvez choisir de cibler uniquement ceux qui répondent à ces critères spécifiques. Cela garantit que votre campagne atteigne le public le plus pertinent et le plus susceptible de réagir positivement.

Signitic permet aussi également de définir **des règles de ciblage internes**, ce qui signifie que vous pouvez diffuser des messages spécifiques à votre équipe interne, comme des informations sur les réunions ou les formations à venir.

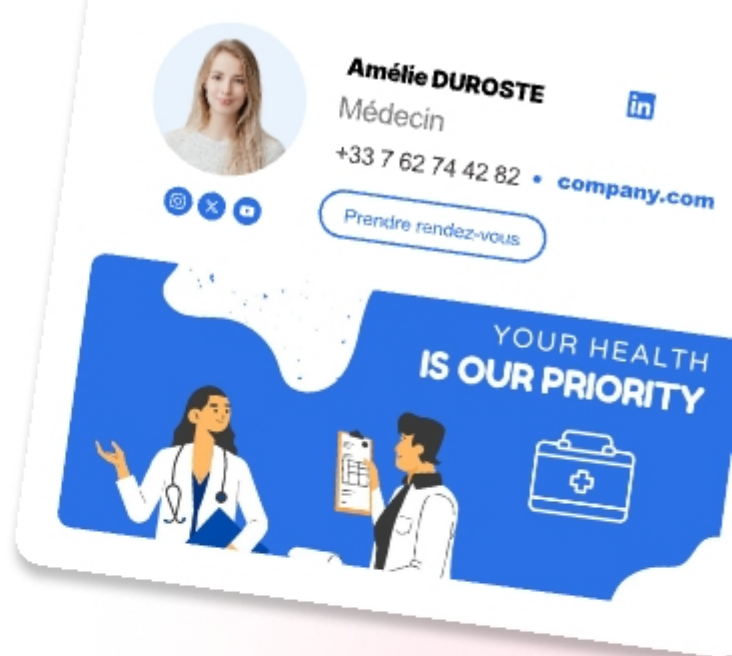
12

idées de campagnes

À DIFFUSER AVEC VOS SIGNATURES E-MAIL



Nous l'avons vu, la signature e-mail est un **canal de communication** à part entière, grâce auquel vous pouvez développer votre **image de marque** et **diffuser** facilement une **multitude de messages** en ajoutant des visuels sous forme de bannières en fin de signatures.



NOS CONSEILS POUR DES BANNIÈRES EFFICACES



Vos bannières ne doivent pas dépasser 600 X 250 pixels



Elles doivent être cliquables et renvoyer sur une page de votre site



Elles ne doivent pas peser plus de 8ko pour ne pas altérer la délivrabilité



Elles doivent être uniformisées



Elles doivent être mises à jour régulièrement pour ne pas continuer de diffuser un message obsolète (exemple : la bannière de nouvelle année toujours dans les signatures de mails en mars...)

LES CLASSIQUES : PROMOTIONS DES SERVICES DE SANTÉ



Annonces d'événements médicaux locaux.

Faites connaître les événements médicaux locaux à venir. Mettez en avant l'expertise de votre équipe pour accompagner les patients dans leur prise en charge médicale. Intégrez le lien vers les détails de l'événement sous forme de bouton dans votre bannière, et assurez-vous que toutes les informations sont à jour.

Partage d'articles informatifs sur la santé publique.

Affirmez votre engagement à informer sur la santé publique. Partagez des articles informatifs pour sensibiliser à l'importance de la prévention et du bien-être.

Invitation à des webinaires sur des sujets médicaux d'actualité.

Incitez à participer à vos webinaires sur des sujets médicaux d'actualité en intégrant un bouton. Mettez en avant la collaboration et l'expertise de notre équipe dans le domaine de la santé.

Vos engagements.

Qu'il s'agisse de responsabilité sociale ou d'initiatives environnementales, cela contribue à renforcer l'image de marque de votre entreprise.

Annonces de consultations générales.

Intégrez un lien vers vos prochaines consultations médicales générales directement dans votre signature.

Mise en avant des examens spécialisés disponibles.

Diffusez un lien vers vos examens spécialisés directement depuis votre signature. Incluez le lien sous forme de bouton dans votre bannière et assurez-vous que les informations sont à jour.

Promotion des programmes de prévention et de dépistage.

Mettez en avant les programmes de prévention et de dépistage que vous proposez. Utilisez des visuels percutants pour promouvoir ces services. Assurez-vous de préciser clairement les détails des programmes et leurs avantages pour inciter à l'action.

ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE





INFORMATIONS SUR LE MARCHÉ DE LA SANTÉ

Témoignages de patients satisfaits.

Partagez des retours positifs pour renforcer la confiance.

Partage de réussites médicales remarquables.

Partagez des succès médicaux remarquables pour inspirer confiance. Mettez en lumière les cas de réussite de vos patients pour illustrer l'efficacité de vos traitements et rassurer les futurs patients quant à la qualité des soins qu'ils recevront.

Partage d'articles sur des sujets de santé pertinents.

Partagez des articles pertinents sur des sujets de santé. Mettez en avant votre expertise dans le domaine médical pour renforcer la confiance de vos patients.

Sensibilisation à la santé publique et campagnes de prévention.

Montrez l'engagement de votre entreprise envers la communauté locale en partageant des actualités et des événements liés à la santé. Explorez des partenariats avec des acteurs locaux pour amplifier votre impact et votre visibilité.

Recrutement en cours.

Vous vous assurez que chaque e-mail envoyé devient une opportunité de promouvoir les opportunités de recrutement de votre entreprise.

TÉMOIGNAGES ET RÉUSSITES



Bonus

vCard

les cartes de visites digitales

AVEC SIGNITIC





En plus des nombreuses stratégies de communication à travers les signatures d'e-mail, il est essentiel de **ne pas sous-estimer l'importance des cartes de visites digitales**, également connues sous le nom de vCard.

À SAVOIR

Les vCards sont des cartes de visite numériques essentielles dans le domaine de la santé. Elles comprennent des informations de contact telles que le nom, le numéro de téléphone, l'adresse e-mail, l'adresse physique de votre établissement et même des liens directs vers les profils de médias sociaux pertinents. Cependant, elles vont bien au-delà des cartes de visite traditionnelles.

Pourquoi les **vcards** sont particulièrement importantes dans le secteur de la santé ?

01/

STOCKAGE NUMÉRIQUE

Les vCards sont facilement stockées sur les smartphones, les tablettes et les ordinateurs, ce qui signifie que vos informations de contact sont toujours accessibles. Plus besoin de chercher une carte de visite physique.

03/

FACILITÉ DE DISTRIBUTION

Les vCards peuvent être partagées instantanément par e-mail ou via des messages instantanés, ce qui permet aux professionnels de la santé de partager leurs coordonnées avec des patients potentiels ou d'autres professionnels médicaux en un simple clic. Cela simplifie considérablement le processus de mise en contact.

02/

MISES À JOUR FACILES

Si vos coordonnées changent, il est simple de mettre à jour votre vCard et de la redistribuer à votre réseau. Cela garantit que vos contacts disposent toujours d'informations à jour.

04/

INTÉGRATION AVEC LES APPLICATIONS DE CONTACT

Les vCards peuvent être facilement importées dans les applications de gestion de contacts, ce qui simplifie encore la mise en contact et le suivi des interactions avec vos patients et partenaires.

06/

LIENS MULTIMÉDIAS

Les vCards peuvent inclure des liens vers des vidéos de présentation de services, des galeries de photos des locaux, des annonces de programmes de santé en cours et bien plus encore. Cela permet de créer une présentation multimédia de votre établissement médical directement accessible depuis la carte de visite numérique.

05/

IMPACT ÉCOLOGIQUE POSITIF

L'utilisation de vCards élimine complètement la nécessité de produire et d'imprimer des cartes de visite physiques. Cela réduit non seulement les déchets, mais aussi la consommation d'énergie et les émissions de carbone associées à leur fabrication et à leur élimination, contribuant ainsi à une démarche écologique responsable.

EN RÉSUMÉ



Dans le domaine de la **santé**, où les interactions se font souvent en ligne et nécessitent un accès rapide aux **informations**, les **vCards** jouent un rôle essentiel en garantissant que vos **coordonnées** et vos services médicaux sont **facilement accessibles** et **actualisés**. Elles renforcent également votre **image de marque** et de **modernité** en montrant que vous utilisez des outils de communication à la pointe de la technologie pour servir au mieux vos patients. Pensez donc à intégrer les vCards dans votre **stratégie de communication** globale pour maximiser votre **impact**.



VOS SIGNATURES MAILS À JOUR, PARTOUT, TOUT LE TEMPS. ENFIN !

Il est temps d'assurer l'uniformité dans les signatures électroniques de tous les membres de votre équipe.

Personnalisation, respect de votre identité visuelle et intégration de messages informatifs sont désormais les piliers de votre stratégie de communication. Avec notre plateforme, **la création et la gestion de campagnes deviennent simples et intuitives.**

Notre solution vous permet de **cibler efficacement votre public**, d'organiser votre établissement de manière optimale, de mener des **tests A/B**, et bien plus encore !

L'automatisation et la centralisation des signatures au sein de votre structure sont désormais accessibles. Fini le temps perdu à jongler avec du code HTML pour chaque équipe !

Votre service de communication peut enfin facilement gérer et exploiter les signatures électroniques de votre établissement grâce à une plateforme intuitive. Adieu la segmentation manuelle, les annuaires désynchronisés et les déploiements fastidieux.



signitic
GROUPE POSITIVE