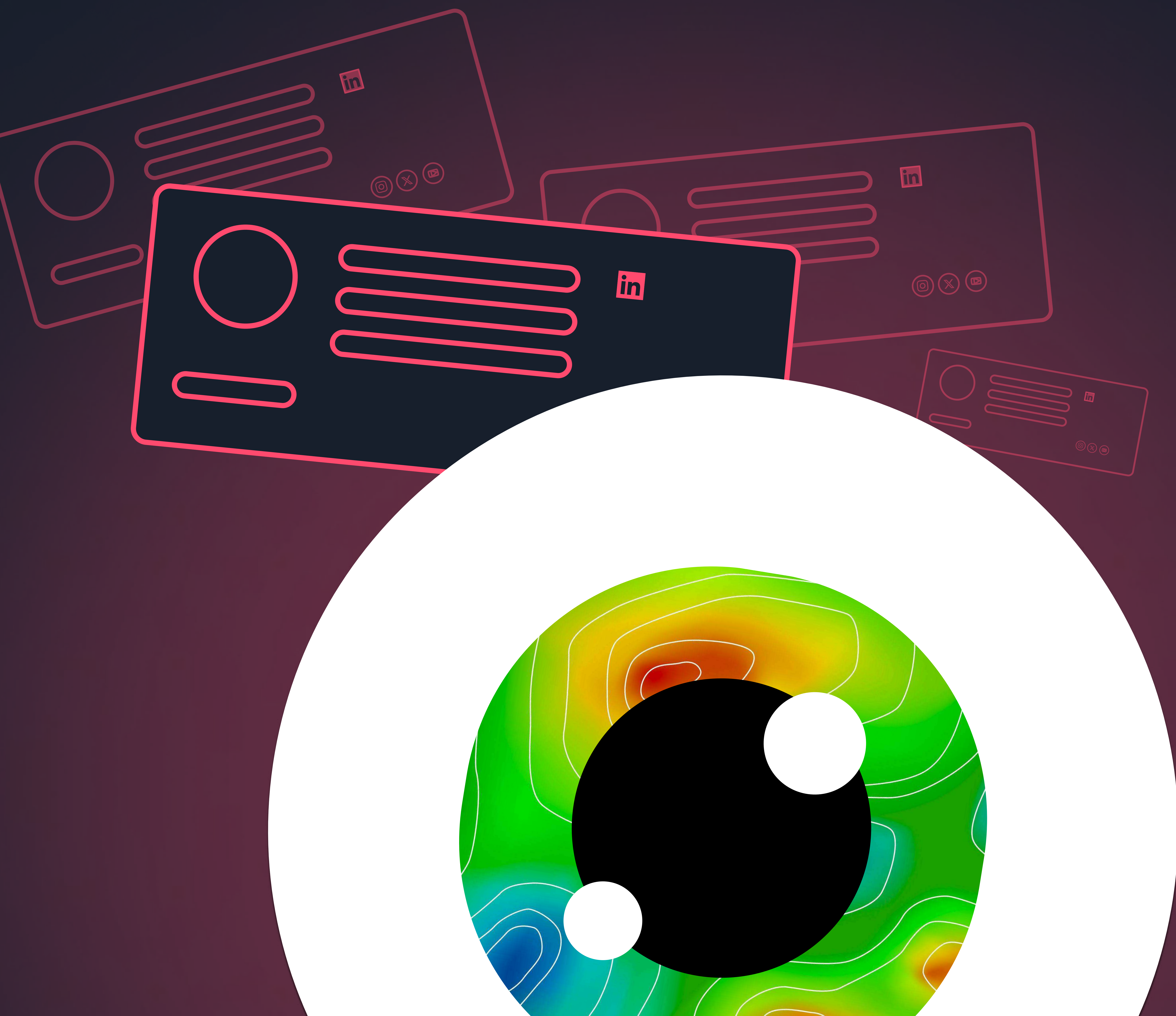


signitic

Ebook

L'impact des *signatures email* validé par la science



Sommaire

PARTIE. 1

L'eye tracking ne ment pas

PARTIE. 2

L'intérêt de la signature
email

PARTIE. 3

Eye tracking et signatures
email

330 milliards

C'est le nombre d'emails **envoyés et reçus** en 2022, d'après l'organisme Statista. Les études annoncent d'ailleurs une augmentation continue des échanges d'emails. Si l'on en croit les prévisions, l'envoi et la réception d'emails dépasseront les 376 milliards en 2025.

Ce canal de communication en pleine croissance est donc un outil puissant. Au cœur d'une stratégie marketing efficace, il génère des leads, décuple le potentiel d'une campagne emailing, améliore le taux de conversion d'un prospect et touche un maximum de clients.

À ce titre, des techniques permettent d'analyser pleinement le potentiel des emails. L'eye tracking est par exemple très efficace dans ce domaine. Cette science, qui étudie les mouvements des yeux, affirme que la signature des emails revêt une importance capitale.

Est-ce la solution pour optimiser l'impact de vos emails et propulser votre business ?

PARTIE. 1

L'eye tracking ne ment pas

**L'EYE TRACKING FAIT
PARTIE INTÉGRANTE
DES TECHNIQUES DE
GROWTH HACKING QUI
BOOSTENT
LES PERFORMANCES
D'UN BUSINESS.**

ON S'EXPLIQUE.

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.**

Pour vos emails, l'eye tracking vous offre la possibilité **d'optimiser le message ainsi que votre signature**.

Il vous permettra d'ajuster votre stratégie pour **augmenter votre impact** : Ergonomie, emplacement des call-to-action, ou encore le positionnement des visuels sur le contenu de votre signature email.



Le regard
est le miroir
de l'âme :

C'est ce que
tente d'établir
l'eye tracking.

PARTIE. 2

L'intérêt de la signature email

3 raisons d'utiliser la signature email

Au regard du nombre d'emails envoyés et reçus chaque jour, il est facile de comprendre la **puissance de ce canal marketing**. Malgré cela, les entreprises ont tendance à vouloir être présentes partout. Or, avant de diversifier les canaux de communication, il est judicieux d'exploiter le plein potentiel des moyens de contact les plus rentables. Parmi eux, l'envoi d'email arrive bien entendu en pole position.

Paradoxalement à la popularité de ce moyen de communication, peu d'emails comprennent une signature et une bannière personnalisée. Cela revient à sous-estimer la force de ces outils marketing.

UTILISER LA SIGNATURE EMAIL COMME UN OUTIL AU SERVICE DE VOTRE CRÉDIBILITÉ.

La signature d'un email peut être associée à une vitrine virtuelle. Elle **renforce l'image de marque** de votre organisation. Elle instaure aussi un lien de **confiance** lorsque le destinataire prend connaissance de votre message.

Que ce soit un client ou un prospect, il identifie votre entreprise en un coup d'œil.

Votre signature renvoie une **image professionnelle et sérieuse**, qui engage le lecteur. Les informations de contact, tout comme le slogan et le logo de votre organisation, confèrent une **légitimité à votre email**.

UTILISER LA SIGNATURE EMAIL COMME UN OUTIL MARKETING POUR VOTRE BUSINESS.

Réel atout marketing, la signature et la bannière d'un email jouent un rôle de tremplin pour attirer et diriger un prospect vers vos produits et services. Avec un design adapté, vous suscitez **l'intérêt et la curiosité** de celui-ci.

En plaçant le comportement et les attentes de vos clients au centre de votre approche, vous faites appel à une **stratégie marketing d'influence** efficace et pertinente.

Que ce soit lors d'une campagne emailing ou pour l'envoi d'un simple mail, il est judicieux de réfléchir à une stratégie pour optimiser la signature de vos correspondances.

UTILISER LA SIGNATURE EMAIL POUR **RENFORCER** **VOTRE** **COMMUNICATION.**

La signature d'un email est l'endroit idéal pour **ajouter des liens**. Ces derniers créent du trafic vers un site web, un podcast ou un profil sur les réseaux sociaux. Ces liens peuvent aussi s'accompagner d'**appels à l'action** dans une bannière.

Le lecteur peut par exemple **répondre à une enquête** pour améliorer l'expérience sur votre site web, laisser **un avis** sur votre fiche Google My Business, télécharger un **livre blanc**, écouter votre podcast, ou **s'abonner** à votre compte TikTok, Instagram ou LinkedIn.

UTILISER UNE SIGNATURE D'EMAIL COMME OUTIL DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE POUR VOTRE ORGANISATION EST AUSSI PERTINENT.

Déployez par exemple cette stratégie marketing pour **insérer vos offres promotionnelles**. Invitez votre prospect ou vos clients à un événement professionnel auquel vous participez. Vous pouvez également en profiter pour indiquer les **actualités de votre business**. Enfin, il est possible de transmettre un code promotionnel ou des conditions avantageuses sur votre site web, comme un retour gratuit pour toute commande.

signitic présente ses vCard
La carte de visite virtuelle 100% digitale

Je m'inscris au webinar 



PARTIE. 3

Eye tracking & signatures email

Vous connaissez maintenant l'intérêt d'une signature personnalisée pour les emails de votre organisation. Reste à savoir comment l'élaborer, tant au niveau du design que du contenu.

Quelle stratégie mettre en place pour une signature efficace ?

Quelles données inclure dans une bannière pour la transformer en outil marketing puissant ?

Quels éléments ajouter pour promouvoir votre business ?

Comparons les données et résultats issus des études menées par l'eye tracking selon la forme et le type d'email envoyé.

Envoi d'un email avec une **signature classique**, peu valorisée et sans bannière



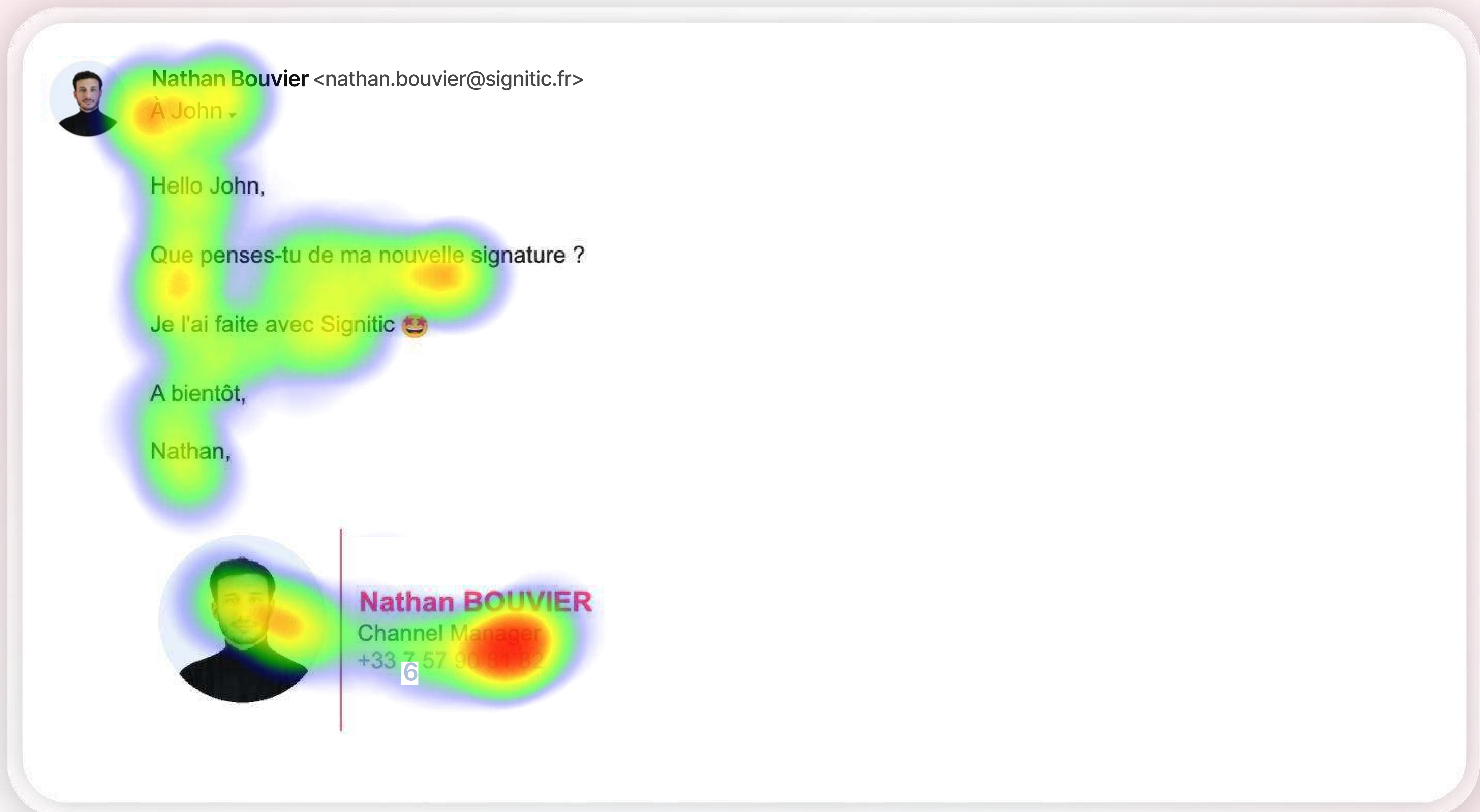
Premier exemple avec un email comprenant une signature classique.

Celle-ci mentionne simplement le **nom** et le **prénom** de l'expéditeur, ainsi que son **nom de poste**. Les outils d'eye tracking indiquent nettement que le destinataire se concentre sur l'expéditeur, en haut de l'email, et sur le corps du texte. En revanche, **la signature est quasiment ignorée**.

Soigner le design de la signature de vos emails passe dans un premier temps par une **charte graphique cohérente**. Celle-ci représente votre **image de marque** : Elle doit être facilement **reconnaissable** et **mémorisable** pour un prospect.

Elle doit également respecter la palette de couleurs utilisée pour votre logo, votre site web et vos supports de communication. Enfin, la signature **doit être adoptée par tous les collaborateurs** de votre organisation pour créer une belle harmonie.

Envoi d'un email avec une signature personnalisée, et une photo de l'expéditeur



Deuxième exemple avec un expéditeur qui utilise du gras, de la couleur et une photo pour mettre l'accent sur la signature de son email.

Les outils d'eye tracking démontrent que le destinataire remarque davantage la signature que lors de l' email précédent. Le test d'oculométrie indique un **temps de fixation du regard** plus long dans cette zone spécifique. Nous remarquons également que le regard du destinataire est attiré par **la police et les couleurs**. Ainsi, proposez toujours une **couleur différente** par rapport au corps du texte. Utilisez de même les **caractères gras**.

La photo est un élément central dans une signature email puisqu'elle va vous permettre d'**humaniser votre signature**.

Envoi d'un email avec une signature personnalisée, et un **appel à l'action** dans la signature

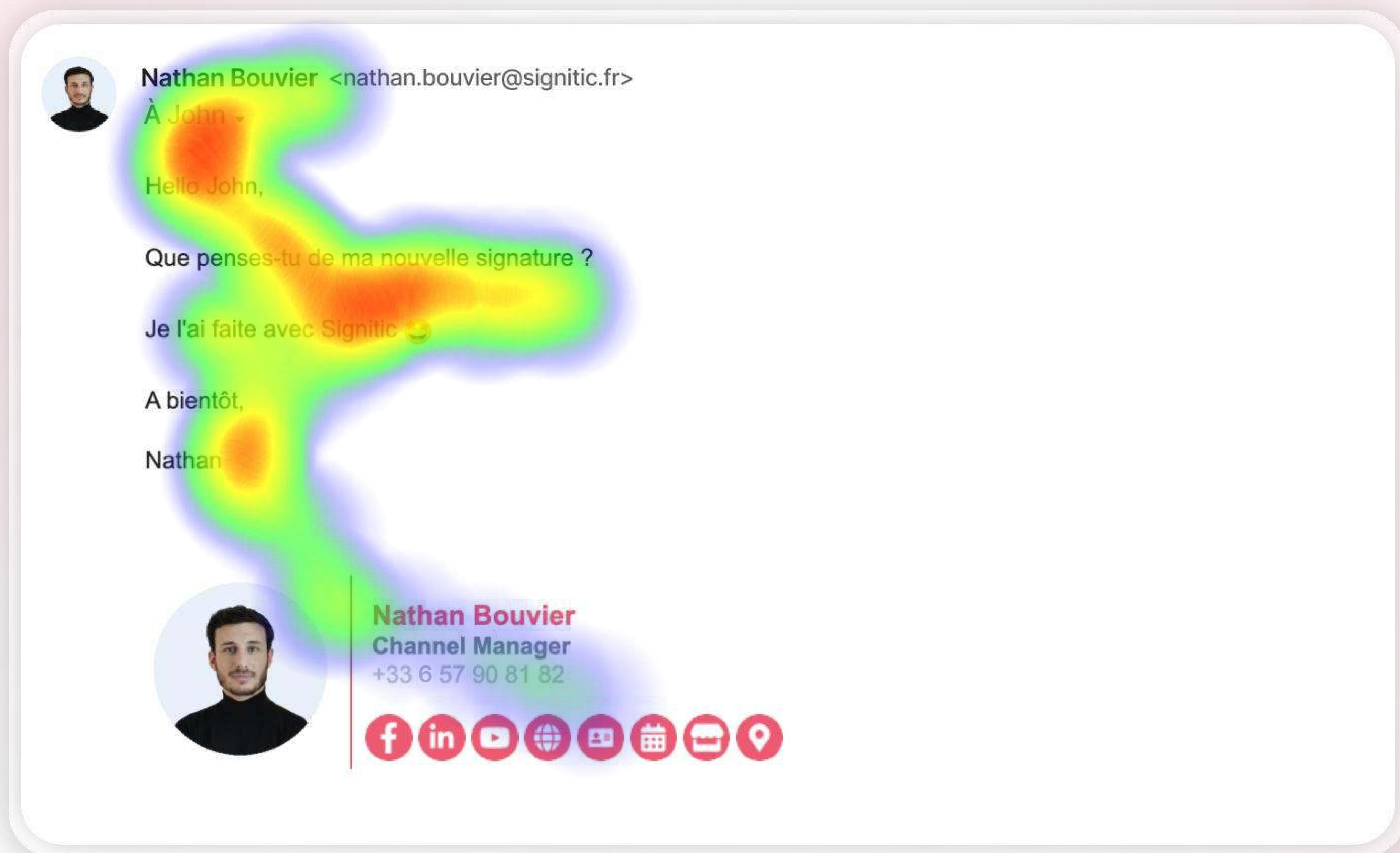


Troisième exemple avec un email qui comprend une signature valorisée grâce à une police et des couleurs.

Celui-ci comporte également un **appel à l'action** dans sa signature.

Ici, les outils d'eye tracking démontrent que le lecteur concentre nettement son attention sur la signature email et principalement sur le **call to action**. L'appel à l'action dans une signature email est un élément capital et qui, comme nous pouvons le constater à toute sa place dans une signature.

Envoi d'un email avec une signature personnalisée, et un appel à l'action via des icônes



Quatrième exemple avec un expéditeur qui utilise les icônes dans sa signature.

Les outils d'eye tracking nous démontrent que le destinataire est finalement **peu attiré par la signature**. Cela peut se justifier par l'utilisation massive des icônes. Ainsi, nous conseillons d'utiliser les icônes de manière raisonnable pour maximiser leur impact.

Envoi d'un email avec une signature personnalisée, et un appel à l'action dans 2 bannières



Dans cet exemple, l'email comprend une signature avec un call to action et deux bannières email.

Ici nous pouvons constater que le lecteur est uniquement porté par le texte et la signature du destinataire. Les deux bannières email ont un impact quasi nul : **ces deux éléments perdent le lecteur.** Comme dans la précédente signature, l'excès d'informations n'apporte rien de concluant. Il est ainsi préférable de communiquer sur **une seule bannière.**

Envoi d'un email avec une signature personnalisée, et un appel à l'action dans 1 bannière



Dernier exemple avec un email qui comprend une signature et une bannière comprenant des call to action.

Ici, les outils d'eye tracking remarquent que le lecteur **concentre son attention à la fois sur la signature de l'email et sur la bannière**. Les call to action dans ces zones sont également considérés par le lecteur.

Sans aucun doute, l'ensemble de ces éléments réunis changent toute la perception du destinataire. C'est donc sur ces zones précises que votre organisation doit miser pour **renforcer la puissance marketing** de l'email.

Si nous résumons...

Que doit contenir une **signature** email ?

La signature de vos emails doit mentionner les **renseignements clés** concernant l'expéditeur et l'organisation à laquelle il appartient. Elle doit être **reconnaissable** et **cohérente** avec votre **identité de marque**.

Il s'agit entre autres d'avoir le nom et le prénom de la personne qui envoie l'email : logique !

Préciser son poste.

Il est également pertinent d'inclure le logo : qui peut notamment contenir un lien qui renvoie vers le site web ou une landing page présentant les produits et services.

Toutes les **informations de contact** de votre organisation sont aussi à inclure dans la signature.

Il est par exemple important de mentionner un **numéro de téléphone**, une **adresse mail** ou une adresse physique.

La **photo** de l'expéditeur est aussi un élément à prendre en compte. Elle humanise le message et crée un lien de proximité avec le lecteur.

Une signature ce n'est pas juste des coordonnées. C'est beaucoup plus.

Si nous résumons...

Que doit contenir une **bannière** email ?

Les outils d'eye tracking démontrent que le temps de fixation du regard s'arrête longuement sur **la bannière**.

C'est un emplacement qui peut accueillir des **informations stratégiques**.

- Utilisez-la pour insérer un **appel à l'action** clair et attrayant.
- Parlez de votre **site web**.
- Communiquez sur **vos offres** en cours pour séduire votre prospect.
- Mettez sur l'éducation ou l'information pour accompagner ce dernier à travers **le tunnel de conversion**.





Signitic est une entreprise française proposant un outil SaaS de centralisation des signatures e-mails.

Il est maintenant temps de faire le choix de la **cohérence pour la signature des mails** de tous les collaborateurs de votre organisation.

La personnalisation, le respect de votre charte graphique et les bannières de communication deviennent **les outils indispensables** de votre stratégie marketing. **Créer et planifier** une campagne n'a jamais été aussi simple. Notre offre vous permet de cibler vos destinataires, de segmenter votre organisation, d'expérimenter grâce à l'A/B testing et bien plus encore !

Automatisation et centralisation des signatures au sein de votre organisation

Oubliez le code HTML à communiquer à toutes vos équipes ! Avec Signitic, le marketing est capable de piloter les signatures de votre organisation, grâce à une **plateforme intuitive et ergonomique**. Place à l'automatisation de la segmentation, aux annuaires connectés et au déploiement automatique et sécurisé. Avec une **solution clé en main**, le marketing n'a plus besoin de support technique pour gérer la signature des emails de votre entreprise.

[Plannifier une démo](#)

signitic