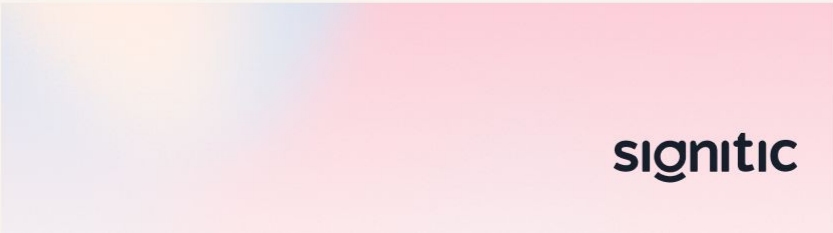




**Transformez chaque email
interne en outil de cohésion
et d'engagement** ↗



signitic

01 Introduction

02 La signature mail :
un espace oublié mais
ultra-visible

03 Cas d'usage internes :
Gestion éditoriale des
contenus diffusés via les
signatures d'e-mail

04 Mesurer l'impact en
interne

05 Comment mettre en
place une stratégie
efficace

06 Outils & bonnes
pratiques

07 Retours
d'expérience

08 Checklist

TABLE DES MATIÈRES

INTRO DUCTION

La **communication interne** ne se résume plus à un simple relais d'informations descendantes. Elle est devenue une fonction **stratégique** au cœur de l'engagement collaborateur, de la culture d'entreprise, et même de la performance RH.

Dans un contexte où :

- le télétravail s'est normalisé,
 - les équipes sont souvent dispersées géographiquement,
 - les attentes des collaborateurs en matière de sens, de transparence et de reconnaissance sont de plus en plus fortes,
- ... les directions communication et RH doivent repenser leurs **leviers**.

Si les outils collaboratifs (Slack, Teams, Workplace...) ont gagné du terrain, ils présentent aussi des limites : saturation de l'attention, dispersion des messages, absence de hiérarchisation.

En revanche, **l'email** reste un **canal structurant et universel**. Il rythme encore la journée de travail, permet des moments de lecture choisis, et contient un espace unique, constant, souvent sous-exploité : **la signature email**.

2. LA SIGNATURE MAIL : UN ESPACE OUBLIÉ MAIS ULTRA-VISIBLE

La **signature mail** est souvent considérée comme un simple élément de contact. Pourtant, c'est une surface d'exposition récurrente, passive et **hautement visible**.

Quelques chiffres pour prendre conscience de son impact :

- En moyenne, un collaborateur envoie **30 à 40 emails** par **jour**.
- Dans une entreprise de 300 personnes, cela représente plus de **300 000 points de contact** mensuels.
- Chaque message est une **opportunité** silencieuse mais **puissante** pour relayer un **message** RH, QVT, ou corporate.

Pourquoi cet espace est-il si stratégique ?

- **Stable** : il ne change pas de place, il est vu systématiquement.
- **Non intrusif** : pas de pop-up, pas de rappel agressif.
- **Personnalisable** : chaque signature peut porter un message ciblé par service, fonction, langue, ou localisation.

Les avantages d'une signature personnalisée et engageante :

- Renforcement de la **cohérence** des communications internes
- **Renouvellement** régulier des messages-clés, sans lassitude
- **Mémorisation** douce, grâce à la répétition contextuelle
- Canal passif qui ne nécessite **aucune action** supplémentaire de la part des collaborateurs.

Chaque signature devient un vecteur de culture et **d'information**, au quotidien.



3. CAS D'USAGE INTERNES : GESTION ÉDITORIALE DES CONTENUS DIFFUSÉS VIA LES SIGNATURES D'E-MAIL

Prenons un cas concret : vous êtes responsable communication interne ou RH, au sein d'une entreprise présente à l'international, avec notamment des filiales en France et en Italie.

Vous devez :

- **informer** les collaborateurs d'un nouvel outil,
- **sensibiliser** sur des sujets stratégiques comme le RGPD ou l'inclusion,
- **mobiliser** autour d'événements internes,
- **créer du lien** dans un contexte hybride.

La solution : intégrer vos messages au fil de l'eau, via les **signatures mail**.

Voici le plan éditorial mensuel et les bannières associées :



Informations internes importantes

- Annonce de l'arrivée de Notion comme nouvel outil de documentation - Bannière : "Découvrez Notion : votre nouvel espace de documentation interne - [Lire le guide]"
- Changement d'horaires pour les services support - Bannière : "Nouveaux horaires pour l'équipe IT dès le 3 août - [Voir les horaires]"
- Communication de crise : panne Teams - Bannière : "Teams en maintenance ce matin - utilisez Slack temporairement"



Sensibilisation & formation

- Nouveau module RGPD - Bannière : "Êtes-vous à jour sur le RGPD ? Formez-vous en 15 min - [Démarrer]"
 - Semaine cybersécurité - Bannière : "5 réflexes pour protéger vos données - [Lire l'infographie]"
- Formation inclusion - Bannière : "Inclusion & diversité : découvrez nos micro-formations - [Accéder]"

Culture d'entreprise & engagement

- **Semaine de la QVT** - Bannière : "Bien-être au travail : inscrivez-vous aux ateliers – [Consulter le programme]"
- **Engagement RSE** - Bannière : "Ensemble pour une entreprise plus responsable – [Voir nos actions]"
- **Octobre Rose** - Bannière : "Octobre Rose : soutenons la recherche ensemble – [Je participe]"

Mobilisation collective

- **Sondage de satisfaction** - Bannière : "Votre avis compte ! Participez à notre enquête annuelle – [Répondre]"
 - **Jeu-concours de rentrée** - Bannière : "Grand jeu de la rentrée – à gagner : 1 week-end pour 2 ! – [Je participe]"
- **Challenge sportif inter-équipes** - Bannière : "Bouge avec ta team ! Rejoignez le challenge interne – [Inscription]"

Onboarding et RH

- **Message de bienvenue aux nouveaux** - Bannière : "Bienvenue à nos nouveaux collègues de septembre ! – [Découvrez-les]"
- **Campagne de recrutement** - Bannière : "On recrute ! Partagez nos offres autour de vous – [Voir les offres]"
- **Journée des RH** - Bannière : "Merci aux RH ! Journée spéciale le 17 juin – [Le programme]"

JUIN

JUILLET

AOÛT

SEPTEMBRE

OCTOBRE

INFORMATIONS IMPORTANTES

Notion

Horaires

Panne ⚠

SENSIBILISATION & FORMATION

RGPD

Sécurité

Inclusion

CULTURE D'ENTREPRISE

QVT

RSE

Octobre R.

MOBILISATION COLLECTIVE

Satisfaction

Jeu

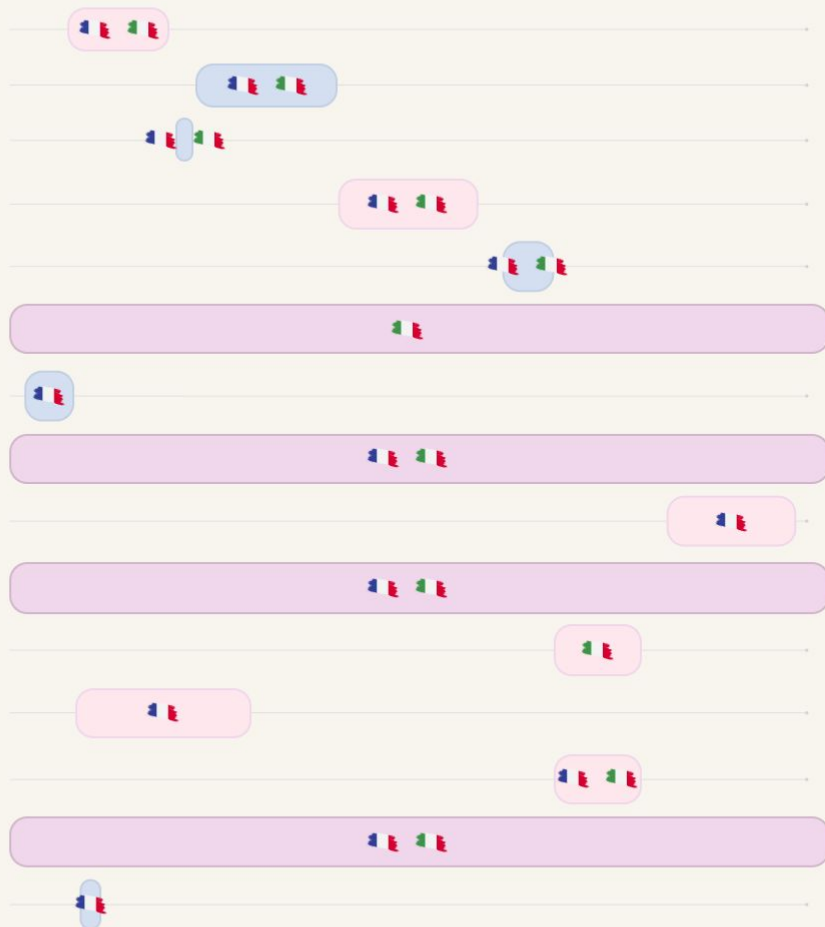
Challenge

ONBOARDING & RH

Bienvenue

Recrutement

RH



Ce calendrier éditorial sur 5 mois présente la planification des différentes campagnes de communication interne sous forme de bannières. Chaque bannière est associée à une **date** de diffusion, un niveau de **priorité** (élevée, moyenne ou basse) et un **ciblage** spécifique (filiale française, italienne ou les deux).

La priorité détermine la hiérarchie d'affichage des bannières :

- Une **priorité élevée** garantit une visibilité **maximale**. Elle s'applique aux communications urgentes ou exceptionnelles (ex. : panne, journée dédiée aux RH).
- Une **priorité moyenne** permet une **mise en avant** notable, idéale pour des événements **ponctuels** comme un jeu-concours, un challenge ou une campagne de recrutement.
- Une **priorité basse** est utilisée pour les **messages de fond** ou récurrents (ex. : engagement RSE, formations longues), diffusés uniquement lorsqu'aucune bannière plus prioritaire n'est active.



Lorsque plusieurs bannières de même priorité sont actives simultanément, elles **s'alternent automatiquement** afin d'assurer une rotation équitable.

En revanche, si des bannières de priorités différentes sont en concurrence, la plus **prioritaire** s'affichera en priorité. Par exemple, une bannière de priorité moyenne prendra le dessus sur toutes celles de priorité basse, et une bannière de priorité élevée prendra le dessus sur toutes les autres.

Ainsi, en cas de forte actualité (comme une panne ou un événement urgent), les campagnes moins critiques sont temporairement masquées au profit des plus importantes, tout en garantissant qu'aucune ne soit totalement oubliée grâce à ce système de rotation intelligente.

Ce fonctionnement assure une **diffusion fluide**, ciblée et cohérente de l'information, tout en évitant la surcharge visuelle pour les collaborateurs.

4. MESURER L'IMPACT EN INTERNE

Contrairement aux idées reçues, les signatures ne sont pas un canal aveugle. Bien utilisées, elles peuvent être pilotées avec des indicateurs précis, tout comme vos autres canaux de communication.



Taux de clics sur les bannières

→ mesurables via un outil comme Signitic

Taux de participation aux événements promus via signature vs via email seul



Feedbacks qualitatifs récoltés par les RH ou via baromètres internes



Une bannière bien conçue, bien ciblée et bien positionnée peut générer **2 à 5 % de clics**, soit des dizaines d'interactions par jour, sur un simple rappel de formation ou de sondage.

5. COMMENT METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE EFFICACE ?

Voici les 5 étapes clés pour industrialiser votre communication interne via les signatures mails :

1. Construire un calendrier éditorial aligné

- Planifier les campagnes selon vos temps forts RH, RSE, formation, QVT, etc.

2. Créer des templates visuels harmonisés

- Respect de la charte graphique, formats cohérents, visuels impactants

3. Travailler en lien avec les équipes IT

- Pour automatiser le déploiement et garantir la fiabilité

4. Segmenter les campagnes

- En fonction des populations : services, zones géographiques, langues, métiers

5. S'équiper d'un outil dédié comme Signitic

- Pour centraliser, automatiser, cibler, mesurer – sans solliciter les collaborateurs ni surcharger la DSI

6. OUTILS & BONNES PRATIQUES

Mettre à jour manuellement les signatures de 300 ou 1000 collaborateurs ? Ingérable.

C'est là qu'intervient une solution comme **Signitic**, conçue pour réconcilier marketing, communication interne et IT autour d'un même levier.

Avec Signitic, vous pouvez :

Gagner du temps

- Déploiement **centralisé** en quelques clics
- Intégration aux annuaires (Google Workspace, Microsoft 365, Active Directory)

Être pertinent & ciblé

- Messages **personnalisés** selon les services, fonctions, régions, langues
- Bannières **programmables** par campagne

Soigner votre image

- Signature visuellement professionnelle, **cohérente** avec votre marque
- Templates de bannières intégrés et **personnalisables**
- Pas de surcharge visuelle : des messages concis, **hiérarchisés**

7. RETOURS D'EXPÉRIENCE

Nos clients ont transformé leurs signatures en un canal interne stratégique. Voici ce qu'ils en retirent :

**+25 à
40 %**

de participation aux
événements internes
relayés par signature



Unification du
branding interne à
l'échelle internationale



Adoption **accélérée**
d'outils ou de
formations internes



Diffusion efficace des
messages sensibles ou
urgents, sans stress
pour les équipes
communication

8. LA CHECKLIST

Si vous cochez toutes ces cases votre signature est un véritable outil d'engagement !

- > La signature est **uniformisée** pour tous les collaborateurs ☐
- > Elle respecte la **charte graphique** de l'entreprise ☐
- > Elle contient les **coordonnées** essentielles (nom, poste, téléphone, email, site...) ☐
- > Une **bannière** personnalisée y est intégrée ☐
- > La bannière met en avant un **message interne clair** et concis ☐
- > Le message est **actualisé** régulièrement selon un calendrier éditorial ☐
- > La campagne est **ciblée** (par pays, service, langue, etc.) ☐
- > Les **performances** sont suivies (clics, taux de participation...) ☐
- > L'ensemble est **déployé automatiquement** via un outil comme Signitic ☐
- > Les collaborateurs n'ont rien à faire, **tout est géré** de manière fluide ☐



VOS SIGNATURES MAILS EN PILOTE AUTOMATIQUE

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 entreprise grâce à une plateforme intuitive. Adieu la segmentation manuelle, les annuaires désynchronisés et les déploiements fastidieux.

