



# LES 7 SÉQUENCES E-MAIL INDISPENSABLES POUR BOOSTER SON BUSINESS

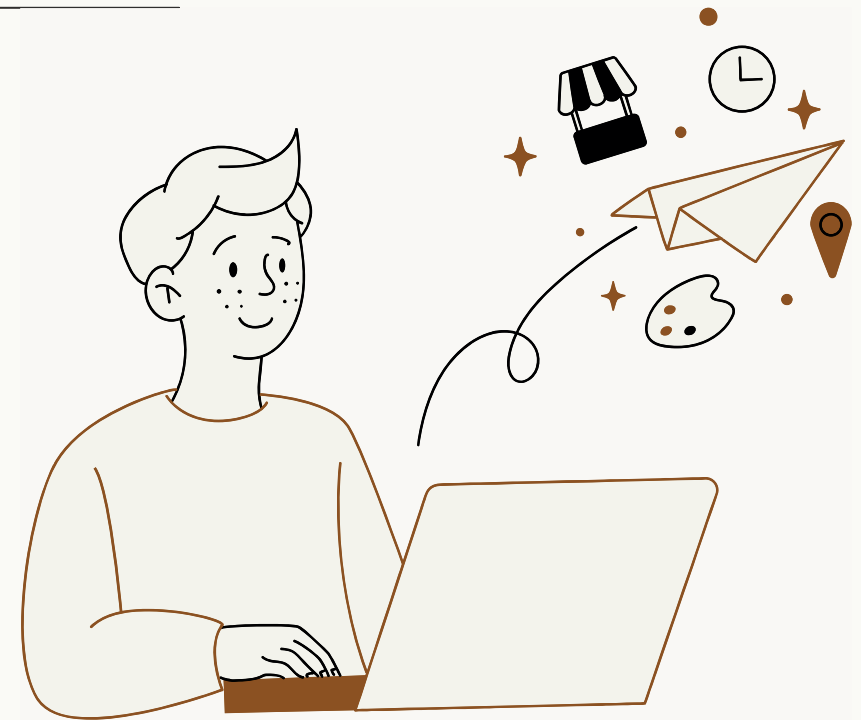
# SOMMAIRE

- 1 Introduction
- 2 Séquence de Bienvenue (Welcome Series)
- 3 Séquence Onboarding
- 4 Séquence de Nurturing
- 5 Séquence Post-Achat
- 6 Séquence Panier Abandonné
- 7 Séquence de Réactivation
- 8 Séquence Winback



# INTRODUCTION

Dans ce guide, vous découvrirez les 7 séquences e-mail qui génèrent 80 % des résultats. Elles fonctionnent pour l'e-commerce, le B2B, le SaaS et les infoproduits.



# INTRODUCTION

## Pourquoi l'e-mail ?

L'e-mail reste l'un des canaux marketing les plus rentables : il génère en moyenne entre 30€ et 40€ de revenu pour chaque euro investi, ce qui en fait un ROI supérieur à la plupart des leviers digitaux. Avec plus de 4 milliards d'utilisateurs actifs, il offre une portée incomparable. Son taux de conversion moyen, souvent 3 à 5 fois supérieur à celui des réseaux sociaux, en fait un outil essentiel pour créer une relation durable avec ses prospects et clients. Grâce à l'automatisation et la personnalisation, l'e-mail permet d'envoyer le bon message au bon moment, ce qui maximise l'engagement et le chiffre d'affaires.



---

# SÉQUENCE DE BIENVENUE (WELCOME SERIES)

---

Objectif : transformer un simple inscrit en abonné engagé.

Structure recommandée :

1. Présentation + cadeau de bienvenue
2. Valeur : conseils, histoire, différenciation
3. Preuve sociale + produits/services clés
4. Bonnes pratiques :
  - Envoyer le premier e-mail immédiatement
  - Ajouter un aimant à clic (guide, vidéo, sélection)

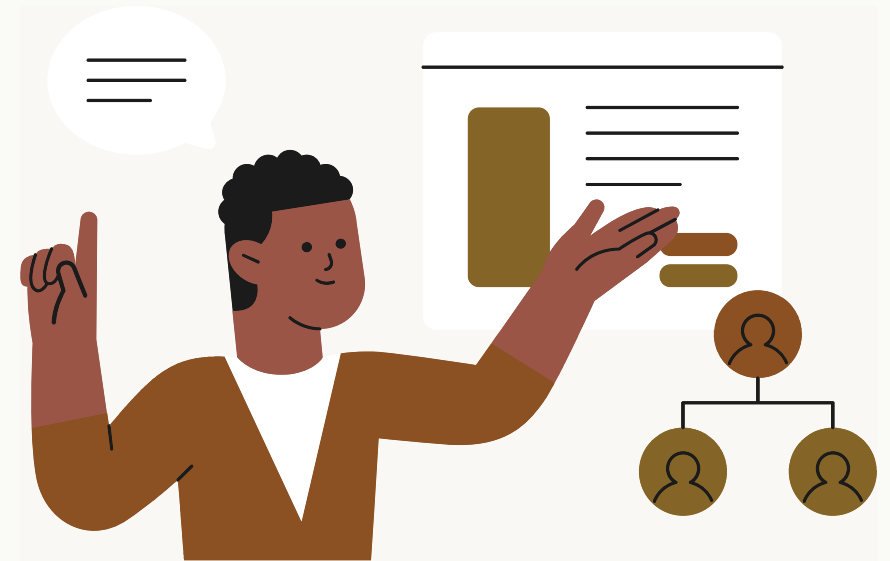


# SÉQUENCE ONBOARDING

Pour les SaaS / services.

Contenu :

- J+1 : fonctionnalités essentielles
- J+3 : cas d'usage
- J+5 : astuces avancées
- J+7 : obtenir un rendez-vous / upgrade
- Astuce : inclure des milestones « Vous avez accompli X sur Y ».



# SÉQUENCE DE NURTURING

Objectif : faire monter en maturité les prospects.

Contenu type :

- Insight : problème + conséquence
- Solution / méthode
- Exemple inspirant
- Call-to-action léger

- Rythme : 1 fois par semaine.



---

# SÉQUENCE POST-ACHAT

---

Objectif : augmenter la satisfaction + déclencher le deuxième achat.

3 e-mails :

1. Merci + informations pratiques
2. Guide d'utilisation / conseils
3. Produits complémentaires adaptés



# SÉQUENCE PANIER ABANDONNÉ

Structure en 3 étapes :

1. Rappel simple
2. Preuve sociale + bénéfices
3. Offre limitée (si pertinent)

Timing : 1h / 24h / 72h.



# SÉQUENCE DE RÉACTIVATION

Objectif : éviter la désinscription ou la mise en spam.

Méthode :

- « On ne veut pas vous perdre »
- Contenu de forte valeur
- Choix du rythme
- Dernière chance avant archivage



---

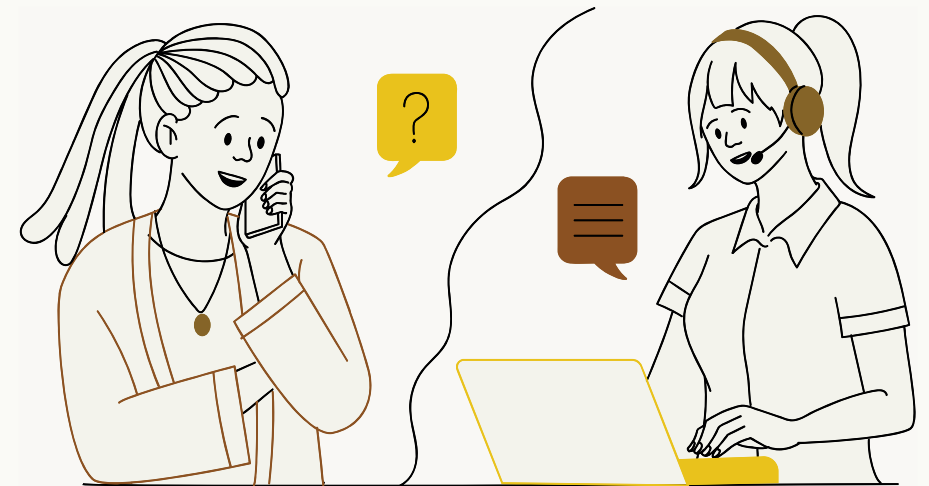
# SÉQUENCE WINBACK

---

Pour reprendre les clients inactifs depuis 3-12 mois.

Modèle :

- “On a quelque chose pour vous”
- Offre personnalisée
- Produits sélectionnés en fonction de l’historique



# INSPIRATIONS

## BIENVENUE

MAGAZINE SHOP EVENTS



### THANK YOU FOR JOINING OUR TRAVEL MAGAZINE NEWSLETTER

It's a pleasure to have you on board. As a new subscriber, get 10% on any of our annual plan. Just enter the discount code [travel\\_2](#) at the check out.

#### GET YOUR OFFER

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed

#### FOLLOW US EVERY DAY

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed

#### TRY TO WIN SOMETHING

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed

## ONBOARDING



Dear Mrs Smith,

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna.

### Next steps

#### Learn online

1 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur



## REACTIVATION

Travel & More



Hey Mr. Smith, It's been a long time since your last trip

To be honest, we miss you. Come back and plan your next trip with us !

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

PLAN A NEW TRIP

## WINBACK

NEW YEAR

NEW MOOD

50% OFF



ORDER 3 MEALS NOW FOR \$29,99 (\$59,99)



GET THE OFFER

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores

# POUR PLUS D'INFORMATIONS



Céline Dautriat

 [cdmarketingcrm@gmail.com](mailto:cdmarketingcrm@gmail.com)

Website :

[cdmarketingcrm.fr](http://cdmarketingcrm.fr)