

La Missive



#119

Hello !

Comment vas-tu ?

Cette semaine, on te propose un nouveau micro-cours sur une compétence essentielle en 2022 :

L'Outbound Marketing. Plus précisément le Cold Emailing.

Ou comment transformer ta boîte mail en machine à opportunités.

Le tout avec 6 outils et ressources que tu ne dois surtout pas louper, comme d'habitude.

Let's go!

Avant de commencer

Hello !

Comment vas-tu ?

Cette semaine, on te propose un nouveau micro-cours sur une compétence essentielle en 2022 :

L'Outbound Marketing. Plus précisément le Cold Emailing.

Ou comment transformer ta boîte mail en machine à opportunités.

Le tout avec 6 outils et ressources que tu ne dois surtout pas louper, comme d'habitude.

Let's go!

[Toutes les infos](#)

8 semaines pour créer du contenu qui génère des ventes.

Les méthodes GrowthMakers et Scalezia pour créer une machine de contenu (méthodes, outils, et stratégie) et construire une marque mémorable.

Micro-cours : les clés du Cold Emailing

Chez Scalezia, l'Outbound Marketing est une de nos spécialités.

Pourquoi ? Car on s'est créés sur les cendres d'une agence spécialisée dans l'automatisation de la prospection.

Mais aussi, et surtout, parce qu'il s'agit d'une des mécaniques marketing les plus puissantes qui soient.

Une des grosses forces de l'Outbound : tu es en pleine maîtrise de tes actions.

Tu sais qui tu contactes, et quand.

Tout l'inverse du SEO, de la publicité ou du Social Media.

C'est ce qui en fait une des pratiques essentielles à maîtriser.

En B2B, pour trouver des clients.

Mais aussi en B2C, pour ton référencement, trouver des partenaires, recruter, contacter des investisseurs, etc.

1. Les bons outils

Un des sujets les plus débattus (mais aussi les moins maîtrisés) est celui de l'outillage.

Parce qu'il s'agit d'une de nos expertises, on a eu l'occasion de tester la plupart des outils du marché.

D'en étudier les points forts et les faiblesses. Et surtout : d'en cerner les usages en profondeur.

Jusqu'à obtenir la stack d'outils parfaite, fruit de centaines d'heures d'expérimentations.

Et pour te permettre de gagner du temps, on va la partager avec toi.

Tout simplement.

La voici :

Pour le ciblage (ces trois outils font le travail dans 95% des cas) :

- Sales Navigator : la Rolls Royce de la segmentation B2B, un indispensable que bien de personnes savent utiliser à la hauteur de ses capacités...
- Societeinfo : le nec plus ultra de la data B2B française
- Google (avec les bonnes requêtes booléennes, et avec un scraper adapté) : pour retrouver adresses emails, numéros de téléphones et autres coordonnées de contacts ultra-ciblés

Pour l'enrichissement des contacts :

- Dropcontact
- Datagma

Ce diptyque nous permet de récupérer jusqu'à 80% des emails sur une base de contacts donnée.

Pour arriver en boîte de réception :

- GlockApps : pour auditer ton domaine et ton sender en profondeur avant utilisation et t'assurer que tes DNS sont correctement programmés
- Mail-tester(.)com : pour tester ton sender et tes emails avant envoi
- Lemwarm / WarmupInbox : pour chauffer ton sender
- Google Postmaster : pour monitorer les marquages en spams

Pour l'automatisation de la prospection :

- Sur LinkedIn : Waalaxy
- Par email (ou multi-canaux) : lemlist

Pour les automatisations ou extractions avancées :

- PhantomBuster / CaptainData : pour des automatisations et des workflows avancés
- Zapier / Integromat : pour des intégrations natives entre plusieurs applications

2. Trouver son audience avec Sales Navigator

LinkedIn Sales Navigator, c'est l'outil indispensable pour générer des audiences qualifiées.

Il s'agit d'un service payant de LinkedIn, qui te donne accès à l'intégralité de la base de données d'utilisateurs.

Le tout avec des critères infiniment plus poussés que le moteur de recherche standard.

À condition de savoir l'utiliser.

Car ce que LinkedIn n'explique pas, c'est que tous les filtres ne se valent pas.

Chez Scalezia, on a identifié 3 grands types de filtres : rigides, souples et liquides.

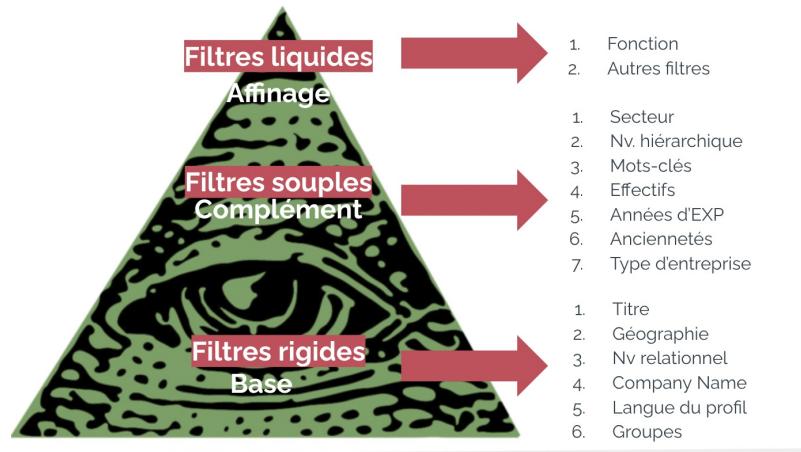
Les filtres rigides te permettent de structurer ta recherche. Ils font 80% du travail de segmentation.

Les filtres souples sont moins précis, mais te permettent d'ajouter de la finesse à ta recherche. Ils assurent les 20% restants.

Enfin, les filtres liquides sont à éviter, car peu qualitatifs.

Petit tableau récapitulatif :

Sales Navigator : 3 types de filtres



Pour approfondir le sujet, on t'a fait une petit vidéo détaillée qui t'explique comment articuler une recherche de la bonne manière.
[Clique juste ici pour y accéder.](#)

3. Comment obtenir 98% d'ouvertures (et ne plus jamais arriver en spams)

Tu prépares ta meilleure campagne.

Rédiges ta meilleure séquence.

Constitues ta meilleure base de contacts.

Et là, le four.

20% d'ouvertures. Dix fois moins de réponses.

Tu te dis que le Cold Email, en fait, c'est nul.

Que ce n'est pas adapté à ton business.

C'est faux.

Tu t'es juste heurté à un écueil aussi dramatique que courant : une mauvaise délivrabilité.

Ce point de compétence est crucial pour quiconque souhaite envoyer des campagnes d'emails de prospection qui convertissent.

Pourquoi ?

Imagine-toi envoyer une lettre postale.

Chercher, des heures durant, le bon interlocuteur.

Investir encre, temps, énergie dans son écriture. Te déplacer pour la poster.

Et oublier le timbre.

En emailing, la délivrabilité, c'est ton timbre.

Chez Scalezia, on a élaboré un protocole qui nous permet d'atteindre

98% de livrabilité en moyenne.

Et d'atteindre jusqu'à 98% d'ouvertures sur les campagnes.

Certaines atteignent même les 100%, comme en témoignent ces quelques exemples :



Pour t'aider à avoir la meilleure délivrabilité possible, voici notre protocole en intégralité :

1. Fais un audit de ton sender et de ton domaine avec GlockApps
2. Assure-toi que tes programmations DNS sont correctes (SPF, DKIM, DMARC, rDNS)
3. Programme un Custom Tracking Domain
4. Utilise un TLD (Top-Level Domain) ayant une bonne autorité (idéalement un .fr ou un .com)
5. Utilise un email warmer (lemwarm ou Warmup Inbox)
6. Augmente tes volumes petit à petit
7. Assure-toi que ton audience soit la plus qualitative possible
8. Idem pour ta data (ne contacte que des emails 100% valides)
9. Utilise les bons outils (surtout pas d'outils d'Email Marketing !)

4. Copywriting : comment obtenir 20% de réponses minimum

En Outbound Marketing, l'objectif-clé de toute action est de créer un échange constructif avec son interlocuteur.

En gros : pense relationnel, et (surtout) pas transactionnel.

Pour ce faire, il te faut rédiger tes messages de la bonne manière.

Et à ce petit jeu, on est devenus très, très bons.

C'est simple : notre taux de réponses moyen est de 30%.

Pour ce faire, on a mis au point notre propre framework : le CPPC.

Pour :

- Capter l'attention du contact (et qu'il capte où on veut en venir)
- Énoncer un (son) problème Douloureux, Urgent, Reconnu
- Proposer une solution au dit problème
- Présenter la next-step avec un Call-to-Action clair.

Il existe une myriade de formats différents, mais celui-ci demeure le plus efficace qu'il nous ait été donné de tester.

D'ailleurs, on développe ce point dans notre newsletter de la semaine dernière.

Tu peux la lire en cliquant juste ici.

Voici un exemple de cold email qui applique ce framework :

Subject question freelancing

Hello Elon,

Je viens de parcourir ton profil Linkedin et je me permets de te contacter car j'ai vu que tu es en freelance (d'ailleurs, bravo pour ton parcours!)

J'aimerais échanger avec toi car j'ai co-fondé Entreprise, une communauté en ligne pour les indépendants, pour les indépendants.

On est plusieurs centaines de freelances dans toute la France à se réunir pour gagner en visibilité, trouver des clients, s'entraider, s'inspirer et grandir ensemble.

On recherche des talents comme toi pour renforcer la communauté et j'aimerais t'offrir l'accès à la plateforme pour avoir tes retours.

Qu'en dis-tu? Un signe de ta part et je t'envoie le lien d'inscription :)

Excellente journée et à très vite,

Avec tout ça, tu n'as plus aucune excuse pour ne pas tout casser 😊

Les outils de la semaine

CrawlIQ

Un outil analytics très poussé qui t'aide à prédire les comportements de tes audiences. Idéal pour affiner ta segmentation et tes actions.

#Data #Analytics

YourVOne

Une plateforme NoCode simple et robuste pour concevoir une application et l'intégrer à la Stack de ton choix.

#Design #LandingPage #NoCode

Automate Notion

Des automations clé-en-main pour faire passer ton Notion à la vitesse supérieure.

#Notion #Productivité #Automation

Les ressources de la semaine

Comment positionner sa Start-up

Le positionnement est la pierre angulaire de toute stratégie business et Marketing qui tient la route. Cet article t'en explique les rudiments.

#Marketing #Strategy

Comment choisir son marché

Tous les marchés ne se valent pas. Cet article te détaille les différentes typologies de marchés, leurs forces et faiblesses, et comment choisir le bon.

#Strategy

Comprendre la rétention : la hiérarchie de l'engagement

Cette présentation te détaille les différents niveaux d'engagement d'une audience, et comment les utiliser pour booster ton acquisition.

#ProductLedGrowth

Voilà, c'est tout pour nous.

Bonnes découvertes, bonnes lectures et à la semaine prochaine !

La team Scalezia

Écrit avec ❤ et ☕ par [Scalezia](#)

155 rue du Faubourg Saint-Denis 75010 Paris

This email was sent to {{contact.EMAIL}}

Tu reçois cet email suite à ton inscription à notre newsletter, La Missive

[Unsubscribe](#)