



CHECKLIST IMPRIMABLE

Brevo marketing par courriel : le kit pour choisir et lancer vos campagnes sans se tromper

Ce guide va à l'essentiel : comment savoir si Brevo correspond à votre besoin, puis quoi vérifier pour envoyer des campagnes plus propres et plus utiles. Gardez-le à portée de main pour comparer les options et préparer vos envois.

Au sommaire

- 1 L'essentiel à retenir
- 2 Avant de choisir votre formule Brevo
- 3 Quel besoin concret correspond à quoi ?
- 4 Méthode simple pour réussir une première campagne
- 5 Contrôle qualité juste avant l'envoi

L'essentiel à retenir

Brevo est surtout intéressant si vous cherchez une solution simple qui réunit email, automatisation, segmentation et suivi.

Une campagne efficace repose autant sur la qualité de la liste et du ciblage que sur le design du message.

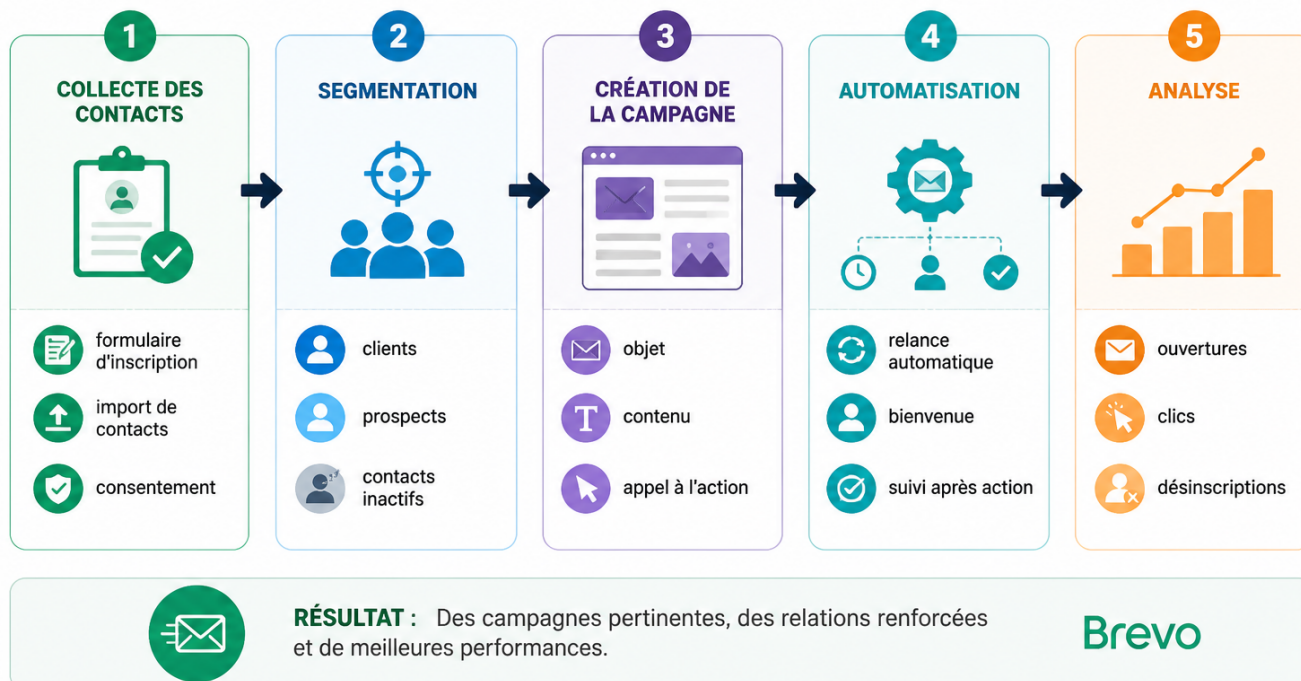
Les emails transactionnels, les newsletters et les relances ne se gèrent pas exactement de la même façon.

Le bon choix dépend d'abord de votre volume de contacts, de vos scénarios d'envoi et de vos intégrations utiles.

La délivrabilité et la conformité doivent être vérifiées avant de faire de l'outil votre canal principal.

LE PARCOURS MARKETING PAR COURRIEL DANS Brevo

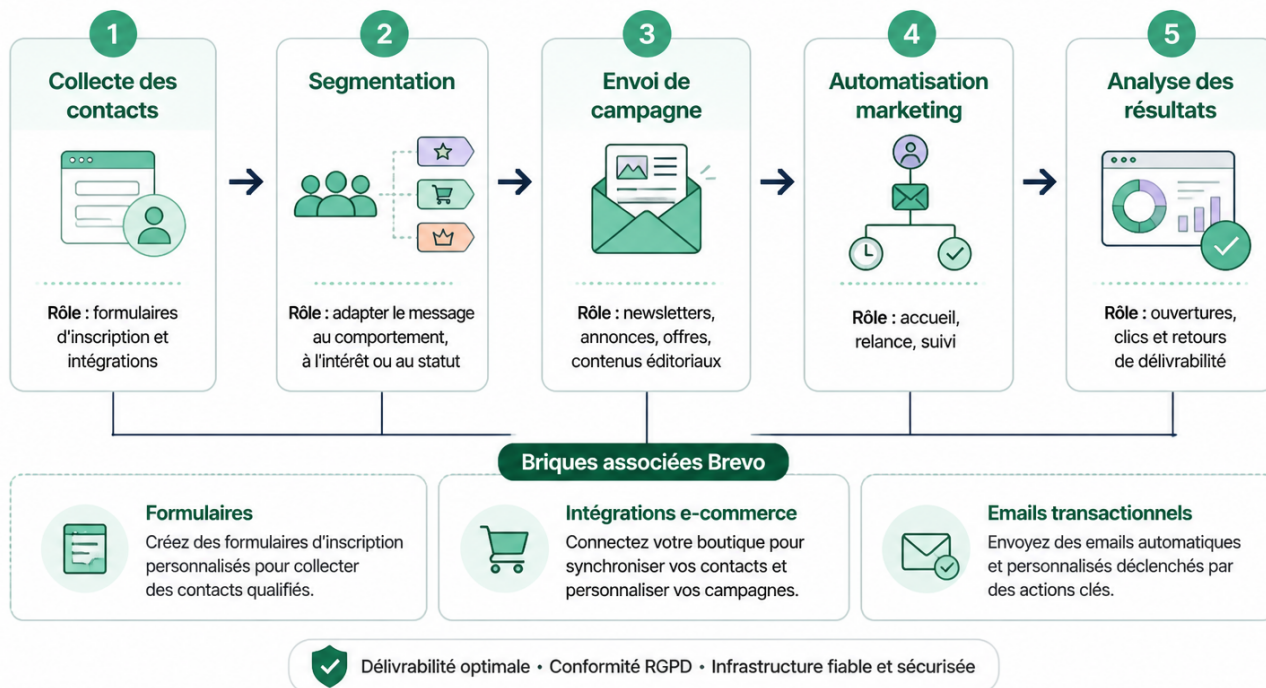
Un parcours optimisé pour envoyer le bon message, à la bonne personne, au bon moment.



INFOGRAPHIE Schéma du marketing par courriel dans Brevo avec campagne, segmentation et automatisation

Le parcours du marketing par courriel Brevo

Une approche complète pour créer, automatiser et optimiser vos campagnes de courriels à chaque étape.



INFOGRAPHIE Schéma du workflow Brevo marketing par courriel avec collecte, segmentation et analyse

Avant de choisir votre formule Brevo

- ☐ **Clarifier votre usage principal**
Newsletter, relances automatiques, e-commerce, CRM léger ou email transactionnel.
- ☐ **Estimer votre volume réel de contacts et d'envois**
Choisissez une offre qui couvre votre usage actuel sans bloquer la suite.
- ☐ **Lister les automatisations indispensables**
Accueil, relance, inactivité, confirmation, suivi de commande ou autres scénarios.
- ☐ **Vérifier les besoins de segmentation**
Audience par comportement, statut, intérêt, historique d'achat ou provenance.
- ☐ **Contrôler les intégrations utiles**
Boutique en ligne, site vitrine, CRM, formulaires et synchronisation des données.
- ☐ **Relire les limites de la formule choisie**
Fonctions incluses, progression des paliers et conditions d'usage à vérifier sur la page officielle.

Quel besoin concret correspond à quoi ?

Votre besoin	Ce qu'il faut vérifier dans Brevo
Envoyer une newsletter simple	Éditeur de campagne, modèles prêts à l'emploi, lisibilité mobile et gestion propre de la liste

Votre besoin	Ce qu'il faut vérifier dans Brevo
Automatiser des relances	Scénarios simples, déclencheurs clairs et logique de suivi facile à maintenir
Mieux cibler vos envois	Qualité de la segmentation, critères disponibles et pertinence des groupes créés
Relier le marketing au site ou à la boutique	Formulaires, intégrations e-commerce et fiabilité de la synchronisation
Gérer aussi les messages fonctionnels	Séparation nette entre emails transactionnels et campagnes marketing

COMMENT CHOISIR UNE OFFRE BREVO SELON L'USAGE ?

5 critères clés pour sélectionner la formule Brevo la plus adaptée à vos besoins actuels et à votre croissance.

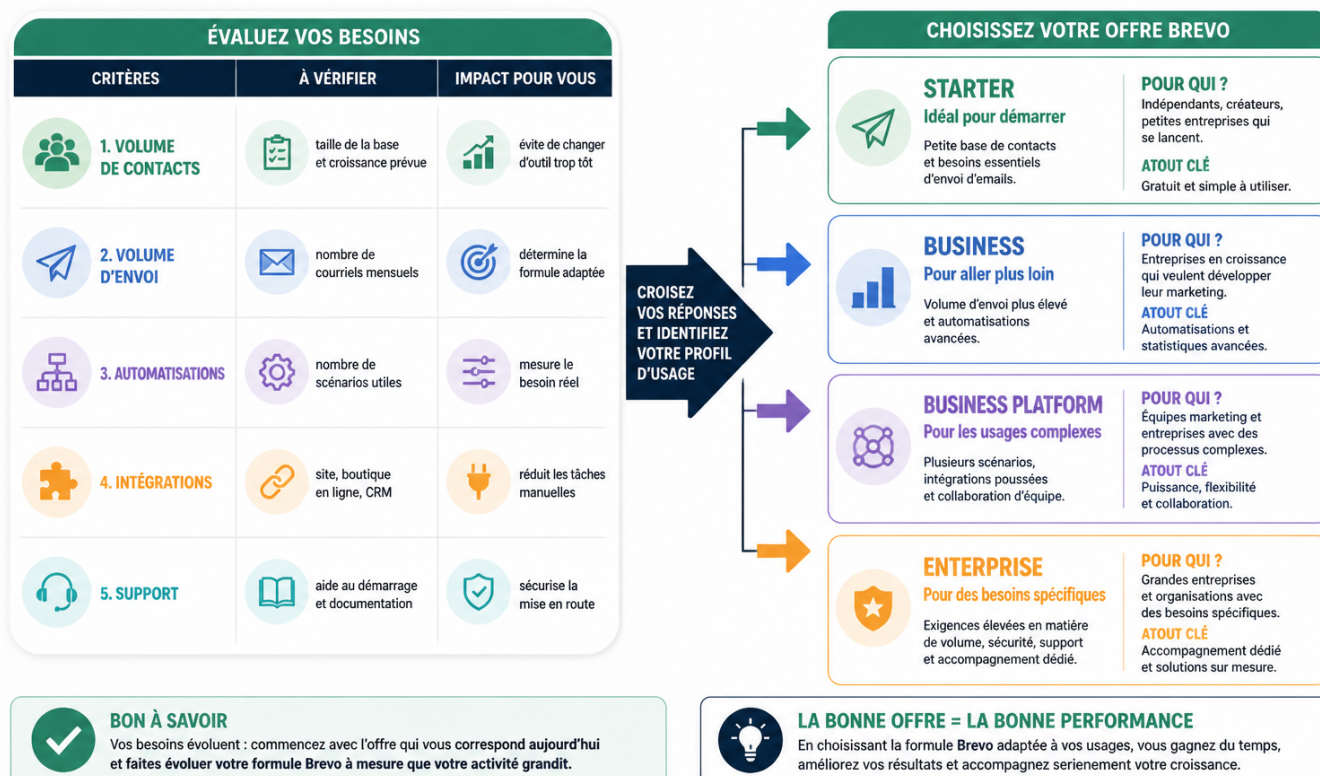


SCHÉMA Repère visuel pour choisir une offre Brevo selon le volume de contacts et les fonctions utiles.

Méthode simple pour réussir une première campagne



- 1. Préparez une liste saine**
Gardez uniquement des contacts correctement collectés et cohérents avec votre objectif.
- 2. Découpez votre audience**
Créez un segment lisible plutôt qu'un envoi générique à toute la base.
- 3. Rédigez un message clair**
Un objet compréhensible, un contenu aéré et un appel à l'action unique font souvent la différence.
- 4. Automatisez seulement l'essentiel**
Commencez par un scénario utile et simple avant d'ajouter des branches complexes.
- 5. Analysez puis ajustez**
Relisez les résultats de la campagne pour améliorer le ciblage, le rythme et le contenu.

! À ne pas mélanger

Ne confondez pas newsletter, relance commerciale et email transactionnel. Si les messages servent des objectifs différents, séparez-les dans vos scénarios pour garder une meilleure clarté, une meilleure délivrabilité et un suivi plus exploitable.

Contrôle qualité juste avant l'envoi

- Objet de l'email relu**
Il doit annoncer clairement la promesse du message.
- Affichage mobile vérifié**
Le contenu doit rester lisible sans effort sur petit écran.
- Segmentation confirmée**
Le bon message part vers le bon groupe, pas vers toute la base.
- Consentement et collecte contrôlés**
Le parcours d'inscription doit rester propre et conforme.
- Scénario d'automatisation testé**
Vérifiez le déclenchement avant de lancer à grande échelle.
- Fonctions utiles activées**
Formulaires, intégrations et suivi doivent être en place si vous en avez besoin.

Vérifiez toujours la grille tarifaire officielle, les limites de chaque offre et les paramètres de conformité au moment de souscrire.