

Mini-guide

NEWSLETTER

COMMENT FAIRE UNE NEWSLETTER EFFICACE?



ISABELLE MAESTRATI DE TECHRAPPY

INTRODUCTION

Pourquoi les biais d'influence sont ESSENTIELS dans ta communication?

(Et pourquoi ce n'est PAS "has been")

On entend souvent que "l'email, c'est dépassé".

En réalité, c'est exactement l'inverse.

Aujourd'hui, la newsletter est l'un des rares espaces que tu contrôles vraiment.

Les réseaux ne t'appartiennent pas

Instagram, LinkedIn, Facebook peuvent :

- changer leurs règles du jour au lendemain,
- réduire ta portée sans prévenir,
- suspendre un compte,
- ou simplement ne plus montrer ton contenu.

Tu peux publier avec le cœur... et ne toucher presque personne.

☞ Ta liste email, elle, ne dépend d'aucun algorithme.

C'est un lien direct entre toi et les personnes qui ont choisi de te lire.

Une newsletter = un actif, pas un "mail en plus"

Contrairement à un post éphémère, une newsletter :

- s'installe dans le temps,
- revient régulièrement,
- crée de la familiarité,
- et renforce la confiance.

C'est un espace où tu peux :

- expliquer,
- nuancer,
- rassurer,
- accompagner,
- sans être obligée de "performer".





Pourquoi c'est particulièrement puissant pour les thérapeutes

Ton métier repose sur :

- la relation,
- la sécurité,
- la douceur,
- la répétition,
- le temps long.

Exactement ce que permet l'email.
Une newsletter bien pensée :

- fidélise (on apprend à te connaître),
- rassure (on comprend ta posture),
- crée de la continuité entre deux prises de conscience,
- nourrit le bouche-à-oreille (on transfère, on recommande).

Tu ne parles pas à une foule.

Tu parles à une personne à la fois, dans un espace intime.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



LE VRAI RÔLE DE TA NEWSLETTER

Contrairement à ce qu'on t'a peut-être dit :

- ✎ Ta newsletter n'est pas là pour vendre.
- ✎ Elle est là pour exister dans l'esprit de tes clientes.

Vendre devient ensuite...
une conséquence naturelle.

- Quand quelqu'un a besoin :
- elle sait à qui penser,
 - elle te fait déjà confiance,
 - elle a l'impression de te connaître.

Et c'est exactement ce que tu veux créer.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



1 CLARIFIER L'OBJECTIF DE TA NEWSLETTER

Clarifier l'objectif de ta newsletter

Si beaucoup de newsletters s'arrêtent après 2 ou 3 envois, ce n'est pas par manque de temps. C'est parce que l'objectif n'a jamais été clair dès le départ.

Résultat :

- on écrit "au feeling"
- on ne sait pas quoi dire
- on a l'impression de déranger
- et on finit par abandonner

🎯 Les 3 vrais objectifs possibles d'une newsletter

Une newsletter efficace ne poursuit qu'un objectif principal à la fois (même si les autres sont présents en filigrane).

Éduquer

Tu aides ton lecteur à :

- mieux comprendre ce qu'il vit
- mettre des mots sur ses ressentis
- changer de regard sur une problématique

➡ Objectif émotionnel : « Je me sens comprise »

Exemple :

Expliquer pourquoi le stress ne disparaît pas "juste avec de la volonté".



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Fidéliser

Tu renforces le lien :

- tu deviens un repère
- une voix familière
- une présence rassurante

➡ Objectif émotionnel : « Je me sens en confiance avec cette personne »

Exemple :

Partager une réflexion douce sur le rythme, la fatigue, ou la saisonnalité émotionnelle.

Vendre (indirectement)

Tu rappelles :

- que tu accompagnes
- que des solutions existent
- que tu es disponible

➡ Objectif émotionnel : « Je sais vers qui me tourner quand je serai prête »

Exemple :

Mentionner une séance ou un accompagnement sans pression ni urgence artificielle.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





⚖️ La règle d'or : le 80 / 20

Pour une newsletter qui dure dans le temps :

- 80 % de valeur
 - contenu utile
 - éclairage
 - réassurance
 - réflexion
- 20 % de rappel doux (vente)
 - une phrase
 - un lien
 - une ouverture

✗ Newsletter qui vend trop vite = rejet

✓ Newsletter qui nourrit la relation = confiance (et ventes naturelles)

🧠 Exemple concret

- ✗ Newsletter thérapeute qui vend trop vite
→ "Voici mon offre, il reste 3 places, inscrivez-vous vite."
- ✓ Newsletter thérapeute qui rassure
→ "Si ce sujet vous parle, sachez que je propose aussi un accompagnement pour aller plus loin, à votre rythme."



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute



Exercice simple (à faire avant chaque envoi)

Pourquoi j'écris cette newsletter aujourd'hui ?

Qu'est-ce que je veux que mon lecteur ressente en la lisant ?

Si tu n'as pas la réponse à ces deux questions, n'envoie pas.

Clarifie-les... et tout devient plus fluide.

▶ Message clé à retenir :

**Ta newsletter n'est pas là pour convaincre.
Elle est là pour créer une continuité
émotionnelle entre toi et ton lecteur.**





2 À QUI TU ÉCRIS VRAIMENT

(Prospect, cliente, ancienne cliente : ce n'est PAS la même chose)

C'est l'erreur la plus fréquente en newsletter : écrire "à tout le monde".

Quand tu écris à tout le monde,

- 👉 personne ne se sent vraiment concernée.
- 👉 personne ne se reconnaît.
- 👉 personne ne s'attache.

Une newsletter qui fonctionne, ce n'est pas une question de longueur ou de design.

C'est une question de justesse.

Tu ne parles jamais à "une liste"

Tu parles à une personne précise, à un moment précis de son cheminement.

Et cette personne peut être dans 3 états très différents.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute



Le prospect "froid"
Il vient de te découvrir.
Il ne te connaît pas encore.
Il n'a pas confiance.

☛ **Ce qu'il cherche :**

- être rassuré
- comprendre si tu es "pour lui"
- sentir ta posture, ta douceur, ton sérieux

☛ **Ce qu'il ne veut surtout pas :**

- une vente directe
- une pression
- un discours trop technique

Ta mission : créer un premier lien, pas convertir.

La personne qui te suit déjà
Elle lit tes posts.
Elle te connaît un peu.
Elle hésite encore.

☛ **Ce qu'elle cherche :**

- se reconnaître dans tes mots
- comprendre ton approche
- sentir que tu comprends sa situation

☛ **Ce qui fonctionne :**

- des exemples concrets
- des prises de conscience
- des phrases qui font dire
- "C'est exactement ça."

Ta mission : nourrir la confiance et la projection.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



**La cliente (ou ancienne cliente)
Elle t'a déjà fait confiance.
Elle connaît ton travail.
Elle est déjà engagée émotionnellement.**

☞ Ce qu'elle cherche :

- continuer à se sentir soutenue
- rester en lien
- évoluer avec toi

☞ Ici, tu peux :

- aller plus en profondeur
- partager davantage
- évoquer tes offres naturellement

Ta mission : fidéliser, pas convaincre.

Adapter ton écriture change tout

Selon à qui tu t'adresses, tu ajustes :

- le ton (plus pédagogique / plus intime)
- la profondeur (surface / introspection)
- le vocabulaire (simple / plus précis)

**Ce n'est pas une question de "bien écrire".
C'est une question de parler juste.**



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Mini-outil : clarifier ton lecteur avant d'écrire

Avant chaque newsletter, réponds à ces 5 lignes :

- Sa situation actuelle :
- où en est-elle aujourd'hui ?
- Son niveau de conscience :
- sait-elle déjà ce dont elle a besoin ?
- Ses peurs :
- qu'est-ce qui la bloque ?
- Ses attentes :
- qu'espère-t-elle ressentir en te lisant ?
- Son état émotionnel :
- fatiguée, confuse, curieuse, en recherche ?

Si tu arrives à répondre à ces questions, ta newsletter sera lue, ressentie et mémorisée.

Message clé à retenir

- ☞ Tu n'écris pas une newsletter.
- ☞ Tu parles à une femme, à un instant précis de sa vie.

Et c'est exactement pour ça que l'email est un outil si puissant pour les thérapeutes.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





3 TROUVER LE BON RYTHME (ET S'Y TENIR)

(La régularité > la perfection)

C'est l'une des raisons n°1 pour lesquelles beaucoup de newsletters s'arrêtent...

Non pas parce que le contenu est mauvais, mais parce que le rythme choisi n'est pas tenable. Et une newsletter irrégulière ne crée ni lien, ni confiance, ni habitude.

🎯 Les bons rythmes selon ton objectif
Il n'existe pas un seul bon rythme, mais le bon rythme pour TOI et ton énergie.

Voici des repères simples :

- 2 fois par mois
→ Le minimum vital pour exister dans l'esprit de ton audience
→ Idéal si tu débutes ou si tu as peu de temps
- 1 fois par semaine
→ Un vrai canal de relation et de fidélisation
→ Parfait si tu veux créer un lien fort et régulier

👉 Inutile d'envoyer plus si tu n'as pas une vraie intention derrière.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute

Le piège classique : vouloir trop bien faire

Beaucoup de thérapeutes se disent :

“Je ferai une newsletter quand j’aurai quelque chose d’exceptionnel à dire.”

Résultat :

- **aucune régularité**
- **beaucoup de pression**
- **et souvent... plus rien envoyé**

La vérité :

Une newsletter n’a pas besoin d’être parfaite.

Elle a besoin d’être présente.

Une newsletter simple, régulière et humaine aura toujours plus d’impact qu’un mail génial envoyé une fois tous les 3 mois.





Tech appy



Pourquoi la régularité est plus importante que la perfection

La répétition crée :

- la confiance
- la reconnaissance
- le réflexe (“tiens, j’aime bien lire ses mails”)

Et c’est exactement ce que recherchent tes futures clientes.

Elles ne te choisissent pas pour un mail.

Elles te choisissent parce que tu es constamment là, sans forcer.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

✓ Conseil clé à retenir

☛ Choisis un rythme que tu peux tenir même les semaines difficiles.

Pas quand tu es motivée.
Pas quand tout va bien.

Mais quand tu es fatiguée, débordée, ou en plein accompagnement.

C'est ce rythme-là qui fera de ta newsletter un vrai pilier...
et non une charge mentale de plus.



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



4 NE PLUS JAMAIS MANQUER D'IDÉES

(Zéro page blanche)

Si tu bloques régulièrement devant ta newsletter, ce n'est pas un manque d'inspiration.

C'est un manque de structure.

La bonne nouvelle, c'est que tu n'as pas besoin d'idées "originales" chaque semaine.

Tu as besoin de catégories claires et d'un système simple à répéter.





Crée 3 à 4 catégories fixes

Voici une base efficace pour une newsletter de thérapeute :

Pédagogie

→ Expliquer, vulgariser, faire comprendre
(ex : “Pourquoi on ne va pas mieux du jour au lendemain”)

Coulisses

→ Humaniser, créer du lien
(ex : une réflexion après une séance, une prise de conscience pro)

Réponses aux objections

→ Lever les freins sans vendre
(ex : “Est-ce que la sophrologie fonctionne vraiment ?”)

Inspiration / résonance

→ Faire sentir au lecteur qu’il n’est pas seul
(ex : situations vécues, mots qu’il n’arrive pas à poser)

💡 Avec ces 4 catégories, tu peux tenir des mois sans jamais être à court.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Tu as déjà le contenu... sans t'en rendre compte

Tu peux transformer presque tout en newsletter :

- Un post LinkedIn → newsletter approfondie
- Une question cliente → newsletter pédagogique
- Un live → newsletter synthèse
- Une discussion en DM → newsletter "prise de conscience"

👉 Ta newsletter n'est pas un canal à part.
C'est une extension naturelle de ce que tu fais déjà.

Mini-template anti-page blanche

Quand tu ne sais pas quoi écrire, commence par une de ces phrases :

Cette semaine, j'explique pourquoi...

Cette semaine, je rassure sur le fait que...

Cette semaine, j'aide à comprendre que...

Puis développe simplement.

Pas besoin de faire long.

Pas besoin d'être parfaite.

➡ Une newsletter claire et régulière vaut toujours mieux qu'une newsletter brillante mais inexistante.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Prompt IA - Écrire une newsletter efficace (fidélisation & conversion éthique)

À copier-coller tel quel 📌

Rôle :

Tu es un expert en email marketing et copywriting spécialisé dans l'accompagnement des thérapeutes, coachs et professionnels du bien-être.
Tu écris des newsletters humaines, rassurantes, utiles, qui créent un lien de confiance durable et donnent envie de lire chaque semaine.

Objectif de la newsletter :

- 🟡 Fidéliser mon audience
- 🟡 Créer une relation de confiance
- 🟡 Donner de la valeur concrète
- 🟡 Amener naturellement vers mes offres, sans forcer

◆ Contexte à prendre en compte

- Mon activité : [thérapeute / coach / accompagnant - préciser]
- Ma cible : [femmes / hommes / parents / pros / hypersensibles / etc.]
- Leur problématique principale : [stress, manque de clients, fatigue, perte de sens, etc.]
- Ton souhaité : bienveillant, simple, accessible, jamais agressif
- Je privilégie une approche 80 % valeur / 20 % offre

◆ Structure attendue de la newsletter

- Accroche douce mais engageante
- Une phrase qui donne envie de lire sans sensation de vente (ex : observation du quotidien, question sincère, prise de conscience)
- Message central à forte valeur
- Conseil concret, réflexion utile, mini enseignement
- Vulgarisé, sans jargon
- Applicable facilement
- Lien émotionnel
- Montrer que je comprends la réalité de ma cible
- Normaliser leurs doutes / blocages
- Rassurer
- Ouverture vers l'action (soft CTA)
- Proposition naturelle : ressource gratuite, réflexion, question, lien
- Jamais de pression
- Toujours aligné avec la valeur donnée
- Signature humaine
- Prénom
- Phrase chaleureuse

◆ Contraintes importantes

- Pas de promesses irréalistes
- Pas de vocabulaire marketing agressif
- Langage simple et clair
- Paragraphes courts (lecture mobile)
- Une seule idée principale par newsletter

◆ Bonus (si pertinent)

- À la fin, propose :
- une question ouverte pour encourager la réponse
- OU une micro-action simple (réfléchir, observer, noter, tester)

◆ Résultat attendu

- 🟡 Une newsletter :
 - agréable à lire
 - utile même sans acheter
 - qui donne envie d'ouvrir la suivante
 - qui renforce ma crédibilité et ma proximité



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute





5 STRUCTURER UNE NEWSLETTER QUI SE LIT VRAIMENT

(Même sur téléphone)

Une newsletter efficace n'est pas un article de blog envoyé par mail.

Et c'est souvent là que tout se joue.

Un article de blog est fait pour être lu posé, sur ordinateur.

Une newsletter, elle, est lue entre deux rendez-vous, dans un bus, sur un téléphone, avec peu d'attention disponible.

☞ Ta mission : faciliter la lecture au maximum.

✗ L'erreur classique

Des blocs de texte longs, denses, sans respiration.

Résultat : même si le fond est bon... personne ne lit jusqu'au bout.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute

✓ Les règles simples qui changent tout

- Phrases courtes

Une idée par phrase.

Tu parles comme tu parlerais à une cliente en séance.

- Sauts de ligne fréquents

Le blanc, c'est du confort visuel.

Et le confort, c'est ce qui donne envie de continuer à lire.

- Titres visibles (ou phrases mises en valeur)

Le lecteur doit pouvoir scanner le mail en 3 secondes et comprendre de quoi il parle.

- 1 idée = 1 mail

Si tu as 3 choses à dire, fais 3 newsletters.

Mieux vaut court et clair que long et confus.

- Pas besoin d'être longue pour être utile

Une prise de conscience + un conseil concret = suffisant.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Structure type d'une newsletter qui fonctionne

Tu peux utiliser ce modèle presque à chaque fois :

Accroche empathique

Une phrase qui montre que tu comprends ce que vit ton lecteur.

“Beaucoup de thérapeutes que j’accompagne me disent...”

Point clé / prise de conscience

Ce que la personne n’avait pas vu, pas compris, ou mal interprété.

“Le vrai problème, ce n’est pas...”

Conseil concret

Une action simple, applicable, sans surcharge mentale.

“Cette semaine, teste simplement ça...”

Ouverture douce

Une question, une réflexion, ou un lien naturel.

Pas de pression, pas d’urgence artificielle.

“Dis-moi si ça te parle.”

“Je t’en reparlerai la semaine prochaine.”



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Tech appy

À retenir

Ta newsletter n'a pas besoin
d'impressionner.

Elle a besoin d'être agréable à lire,
rassurante et régulière.

C'est cette simplicité-là qui crée la
fidélité.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





6 ÉCRIRE UN OBJET QUI DONNE ENVIE D'OUVRIR

(Sans clickbait, sans racolage)

L'objet, c'est la porte d'entrée de ta newsletter.

S'il n'est pas ouvert, le contenu n'existe pas.

Et pourtant, c'est aussi l'endroit où beaucoup de thérapeutes se censurent :

"Je ne veux pas faire marketing."

"Je ne veux pas manipuler."

Bonne nouvelle :

👉 Donner envie d'ouvrir n'est pas manipuler.

C'est respecter le temps et l'attention de la personne en face.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





✗ Ce qui tue les taux d'ouverture

Ces objets sont lisibles... mais invisibles :

- "Newsletter #12"
- "Infos de la semaine"
- "Nouveautés du mois"
- "Actualités"

Pourquoi ça ne fonctionne pas ?

Parce que :

- ça ne dit rien
- ça ne crée aucune attente
- ça ne donne aucune raison émotionnelle d'ouvrir maintenant

Résultat :

- ☞ "Je lirai plus tard"
- ☞ "Je n'ouvre pas"
- ☞ "Je me désabonne doucement"



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute



Ce qui fonctionne vraiment

Un bon objet de newsletter fait UNE chose :

 **il donne envie de connaître la suite.**

Pas besoin de promesse agressive.

Pas besoin de chiffres choc.

Ce qui fonctionne pour les thérapeutes :

Une question

Elle active la réflexion et l'identification.

"Pourquoi tu te sens toujours illégitime à publier ?"

Une situation concrète

Le lecteur se reconnaît immédiatement.

"Si tu doutes avant chaque post, lis ça"

Une promesse implicite

Pas une promesse marketing, une promesse émotionnelle.

"Ce que j'aurais aimé comprendre plus tôt sur la visibilité"



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Règles d'or pour un bon objet

- Court (idéalement 35-50 caractères)
- Clair
- Une seule idée
- Aligné avec le contenu (zéro trahison)

☞ Ton objectif n'est pas de surprendre.

☞ Ton objectif est d'être pertinent.

✉ *5 exemples d'objets adaptés aux thérapeutes*

Voici des objets que tu peux utiliser ou adapter :

1. "Tu n'as pas un problème de visibilité."
2. "Pourquoi tes clientes ne passent pas à l'action"
3. "Ce doute que presque toutes les thérapeutes ont"
4. "Si publier t'épuise, lis ça"
5. "Ce n'est pas toi le problème."

☞ Aucun n'est racoleur.

☞ Tous ouvrent une porte émotionnelle.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Astuce bonus (peu connue)

Ton objet peut être :

- une phrase incomplète
- une affirmation douce
- un miroir émotionnel

Exemple :

“Tu fais déjà beaucoup de choses bien.”

Simple.

Humain.

Efficace.

➔ **À retenir :**

**Un bon objet ne cherche pas à convaincre.
Il cherche à résonner.**



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute

7 **PROMOUVOIR TA NEWSLETTER (SINON PERSONNE NE S'INSCRIT)**

(La visibilité précède toujours l'engagement)

**Avoir une newsletter...
...que personne ne connaît,
c'est comme ouvrir un cabinet sans enseigne.**

☛ La plus grosse erreur :

penser que "si c'est bien, les gens vont venir".

**Non.
Ils ne viennent que s'ils savent que ça existe.**





Où parler de ta newsletter ?

Tu peux (et dois) en parler à plusieurs endroits :

- Dans tes posts
→ en expliquant ce que tu partages dedans
→ pas "abonnez-vous", mais "voici ce que je leur envoie chaque semaine"
- Dans ta bio
→ comme une ressource gratuite, pas comme un énième lien
- Sur une page dédiée "ressources"
→ la newsletter = ton produit gratuit principal
- Dans ta signature mail
→ simple, discret, mais constant



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



“J’ai peur de saouler...”

C’est normal.

Mais rappelle-toi ceci :

- ☛ Les gens ne voient pas tout ce que tu publies.
- ☛ Ceux que ça n’intéresse pas... ne s’inscrivent pas.
- ☛ Ceux que ça aide... te remercient.

Parler de ta newsletter, ce n’est pas insister.
C’est rappeler qu’elle existe.

Change ton regard

Ta newsletter n’est pas :

- ✗ une option
- ✗ un bonus
- ✗ un “petit mail en plus”

- ☛ C’est un produit gratuit.
- ☛ Un espace où tu aides, rassures, accompagnes.

Et un produit gratuit, ça se présente, ça se valorise, ça se met en avant.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



8

OUTILS SIMPLES (GRATUITS) POUR COMMENCER

(Et arrêter de procrastiner)

Bonne nouvelle :
tu n'as pas besoin d'un outil compliqué pour commencer.

Les solutions simples et efficaces

- Newsletter LinkedIn
 - ✓ idéale si ton audience est déjà là
 - ✓ très bon taux d'ouverture au départ
 - ✗ dépend de LinkedIn
- Systeme.io
 - ✓ simple pour capter des emails
 - ✓ parfait pour débiter
 - ✓ tout-en-un
- Substack
 - ✓ très intuitif
 - ✓ bon pour une écriture libre
 - ✗ moins orienté "business"
- Brevo (mon choix)
 - ✓ fiable
 - ✓ gratuit jusqu'à un certain volume
 - ✓ très bien pour construire sur le long terme



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Le point clé (le plus important)

👉 L'outil n'est jamais le problème.

Ce qui fait la différence :

- la régularité
- la clarté
- l'intention

Commence simple.

Tu changeras plus tard si besoin.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



9

LES BONS INDICATEURS À SUIVRE (SANS SE FAIRE PEUR)

(Ce qui compte vraiment... et ce que tu peux ignorer)

Quand on commence une newsletter, on tombe vite dans un piège :

👉 regarder les chiffres avant d'écouter les retours humains.

Respire.

Une newsletter efficace ne se juge pas comme une pub.

🎯 Les indicateurs "sains" (repères réalistes)

Voici des ordres de grandeur, pas des obligations :

✉ Taux d'ouverture

- Très bien : 40 % et +
- Correct / normal : 25 à 40 %
- À améliorer : en dessous de 25 %

👉 Ce taux dépend surtout :

- de ton objet
- de la relation de confiance
- de la régularité

💡 Une petite liste engagée vaut mieux qu'une grosse liste silencieuse.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice digitale pour Thérapeute

Taux de clic

- Bien : 3 à 6 %
- Correct : 1 à 3 %
- Faible : < 1 %

Mais attention :

👉 Une newsletter peut être excellente sans lien à cliquer.

❤ Ce qui compte VRAIMENT
(et que personne ne mesure)

Voici les vrais signaux de réussite :

- Des réponses directes à tes mails
- Des phrases comme :
 - "J'attendais ton mail"
 - "J'ai pensé à toi cette semaine"
 - "Je me reconnais tellement"
- Des prises de contact naturelles
- Des clientes qui te disent :
👉 "Je te lis depuis longtemps, j'ai confiance."

➡ Ça, c'est de l'or.

➡ Et aucun tableau de stats ne le montre.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute





Comment améliorer si les chiffres sont bas ?

Si le taux d'ouverture est bas :

- retravaille tes objets
- parle plus d'UNE idée claire
- évite les titres génériques

Si le taux de clic est bas :

- simplifie ton message
- enlève les liens inutiles
- pose une question plutôt que pousser une action

Si tu n'as aucun retour :

- invite explicitement à répondre
- 🙋 "Dis-moi si ça te parle."



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Rappel essentiel

- 👉 Une newsletter n'est pas là pour performer.
- 👉 Elle est là pour créer une relation durable.

Si tes mails :

- rassurent
- font réfléchir
- donnent envie de te lire encore

Alors ta newsletter fonctionne.

Même si les chiffres ne sont pas "parfaits".



Isabelle Maestrati
Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



10 TA NEWSLETTER N'EST PAS LÀ POUR PERFORMER

(Elle est là pour créer du lien)

Si tu devais retenir une seule chose de ce guide, ce serait celle-ci :

☞ Ta newsletter n'est pas un outil de performance.

☞ C'est un espace de relation.

Tu n'as pas besoin :

- d'écrire comme une copywriteuse professionnelle
- d'avoir des taux "parfaits"
- de vendre à chaque mail

Ce qui fait la différence, surtout dans les métiers de l'accompagnement, c'est autre chose.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



Ce qui compte vraiment

- ✓ Être claire dans ce que tu transmets
- ✓ Être régulière, même imparfaite
- ✓ Être sincère dans ton intention

Une newsletter fonctionne quand :

- tes lectrices te reconnaissent dans tes mots
- elles se sentent comprises
- elles pensent à toi avant même d'avoir un besoin

Et c'est exactement là que la magie opère.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute



LA NEWSLETTER, C'EST :

- une présence douce mais constante
- un lien qui se tisse dans le temps
- une confiance qui se construit sans forcer

Pas besoin d'en faire trop.

Pas besoin d'en faire plus.

Juste être là, au bon rythme, avec les bons mots.



Isabelle Maestrati

Accompagnatrice
digitale pour Thérapeute