

L I V E T H E R A P E U T E V I S I B L E

La newsletter qui rapporte

Comprendre. Ecrire. Envoyer.

Isabelle Maestrati

TechRappy - Accompagnatrice digitale pour therapeutes

Dans 75 minutes, vous saurez :

1

POURQUOI

la newsletter est votre actif business numero 1

2

A QUI

vous parlez vraiment, et comment ajuster votre ton

3

QUOI DIRE

sans jamais avoir la page blanche

4

COMMENT ECRIRE

des objets, des accroches et des mails qui retiennent

Et votre premiere newsletter partira cette semaine.

B L O C 1

Pourquoi la newsletter est votre actif business numero 1

Le canal le plus rentable du digital, et le seul que vous possédez vraiment

12 minutes

L'email en 2026 : les chiffres

4,6

milliards

d'utilisateurs email quotidiens. Plus que tous les reseaux sociaux reunis.

32 a 42%

taux d'ouverture moyen. Versus 4 a 9% de portee organique sur Instagram.

60%

des consommateurs preferent etre contactes par mail par les entreprises.

58%

consultent leur boite mail en premier le matin. Avant tout reseau social.

Vous possédez ou vous louez ?

VOUS LOUEZ

Instagram, LinkedIn, Facebook

- Algos qui changent tous les 6 mois
- Portee organique divisee par 5 en 5 ans
- Comptes suspendus sans recours
- Aucun acces direct a vos abonnes

VOUS POSSEDEZ

Votre liste email

- Exportable, transportable
- Aucun algorithme entre vous
- 100% des abonnees recoivent vos mails
- Vous appartient a vie

Votre liste, personne ne peut vous la prendre.

Ce que la newsletter peut rapporter

L'exemple réaliste d'une thérapeute en séances individuelles.

Au bout de 6 mois, vous avez 200 abonnées sur votre liste

v

1 d'entre elles prend une séance par mois (12 nouvelles clientes / an)

v

Chaque cliente revient en moyenne 4 fois (à 70 EUR la séance)

v

= 3 360 EUR générés par votre newsletter sur l'année

Pour environ 4h par mois de travail (48h/an = 70 EUR/heure investie)

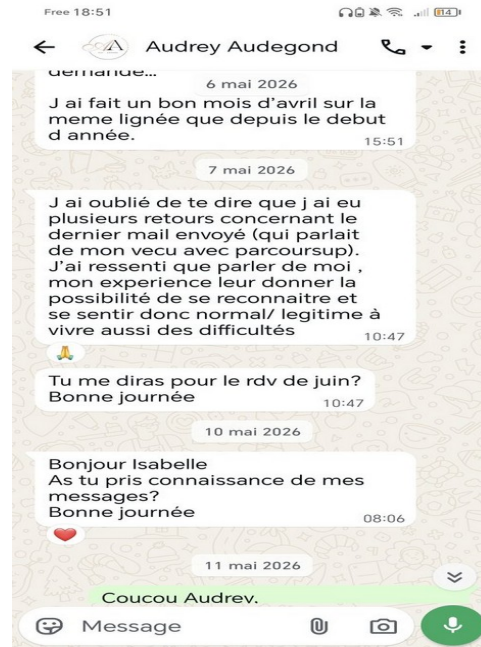
Et c'est un PLANCHER. Sans compter le bouche-à-oreille et les clientes qui reviennent.

Le cas Audrey

Therapeute dans le programme Therapeute Visible, avril 2026



363 abonnees, mail envoye le 2 avril



1 mail. 2 RDV repris dans la semaine. Zero vente forcee.

Le pouvoir d'une petite liste engagee

Vous n'avez PAS besoin d'une grosse liste. Vous avez besoin d'une liste qui vous lit.

AUDREY

363

abonnees

1 mail envoye

2 RDV repris

0,5% conversion

LUCIE

35

abonnees

1 mail envoye

2 reservations

5,7% conversion

NATHALIE

100

abonnees

Campagne Noel

3 cadeaux vendus

3% conversion

Lucie a fait un taux 10x superieur a Audrey. La taille n'a pas d'importance, le lien si.

A retenir du bloc 1

***Votre newsletter, c'est le seul endroit où
votre travail d'aujourd'hui paiera encore
dans 3 ans.***

B L O C 2

A qui vous parlez vraiment

Vous n'crivez pas a une liste. Vous écrivez a une femme précise.

8 minutes

Les 3 états de votre lectrice

Une cliente actuelle n'a pas les memes attentes qu'une inscrite via un lead magnet.

1

La curieuse

Vient de telecharger un lead magnet ou de s'inscrire via popup

ELLE CHERCHE

Etre rassuree

VOTRE MISSION

Creer un premier lien (surtout pas vendre)

2

La reguliere

Te suit depuis un moment, lit, mais hesite encore

ELLE CHERCHE

Se reconnaitre

VOTRE MISSION

Projeter dans le travail avec toi

3

La cliente

A deja achete ou pris RDV, en lien actif

ELLE CHERCHE

Rester en lien

VOTRE MISSION

Fideliser, faire evoluer

Avant chaque mail, demandez-vous a qui vous ecrivez en priorite.

Mini-exercice (30 secondes)

Pensez a UNE cliente réelle que vous avez en tête.

Pas votre cible. Une femme précise.

- Quel est son prénom ?
- Ou en est-elle aujourd'hui dans sa vie ?
- Qu'est-ce qu'elle ressent en ce moment ?

C'est a elle que vous écrirez vos prochaines newsletters.

A retenir du bloc 2

***Une newsletter qui parle a tout le monde ne
parle a personne.***

B L O C 3

Quoi dire (zero page blanche)

Vous avez déjà tout le contenu, il vous manque juste 4 catégories

9 minutes

Les 4 categories de contenu

1

Pedagogie

Expliquer, vulgariser

"Pourquoi on ne va pas mieux du jour au lendemain"

2

Coulisses

Humaniser, creer du lien

"Hier en seance, une cliente m'a dit..."

3

Objections

Lever les freins sans vendre

"Est-ce que ca marche vraiment ?"

4

Resonance

Faire sentir qu'on n'est pas seul

"Si tu vis ca, sache que..."

Avec ces 4 categories, vous tenez des mois sans jamais etre a court.

La regle d'or : 80 / 20

80%

DE VALEUR

- Contenu utile
- Eclairage, reassurance
- Reflexion, prise de conscience

20%

DE RAPPEL DOUX

Une phrase
Un lien
Une ouverture

Newsletter qui vend trop vite = rejet. Newsletter qui nourrit = ventes naturelles.

Les 2 questions avant chaque envoi

Si vous savez y répondre, votre newsletter est prête.

1

Pourquoi j'écris ce mail aujourd'hui ?

Qu'est-ce que je veux transmettre, expliquer, partager ?

2

Qu'est-ce que je veux qu'elle ressente en le lisant ?

Comprise, rassurée, éclairée, comprise, motivée ?

Si vous ne savez pas répondre, n'envoyez pas.

A retenir du bloc 3

Vous avez déjà tout le contenu. Il vous manquait juste un cadre.

B L O C 4

L'objet qui donne envie d'ouvrir

L'objet fait 80% du job. Sans ouverture, le meilleur mail ne sert a rien.

10 minutes

Les regles techniques non negociables

LONGUEUR

30 a 45 caracteres maximum

Au-dela, c'est tronque sur mobile. Or 60% de vos lectrices ouvrent sur mobile.

FORMAT

Pas de "!!!", pas de MAJUSCULES, pas d'emoji en 1ere position

Maximum 1 emoji, et place en milieu ou fin de phrase.

MOTS A EVITER (DECLENCHEURS SPAM)

gratuit - urgent - promo - argent facile - garanti - derniere chance

5 angles d'objet qui marchent

1

Question miroir

"Pourquoi tu te sens toujours fatiguée le dimanche soir ?"

2

Affirmation contre-intuitive

"Le stress n'est pas ton ennemi."

3

Situation vecue

"Hier en séance, une cliente m'a dit cette phrase..."

4

Incomplet qui cree la curiosite

"Ce detail qui change tout dans la gestion du stress..."

5

Faussement banal

"petite reflexion du mardi"

L'astuce que personne n'utilise

OBJET CLASSIQUE

Petite Question Pour Toi

Look pro mais distant

OBJET MINUSCULES

petite question pour toi

Look mail entre amies

GAIN MESURE

+5 a 15% d'ouverture

Les pieges a eviter absolument

X

L'objet "vide"

"Newsletter #12" / "Infos de la semaine" / "Actualites"

X

L'objet vendeur

"Decouvrez mon nouvel accompagnement" / "Mon offre exclusive"

X

L'objet trahison

Promettre A dans l'objet, parler de B dans le contenu

X

L'objet flou

"Une grande nouvelle !" / "J'ai quelque chose a vous dire"

15 objets testes par etat de lectrice

A piquer telles quelles ou a adapter. Choisi selon a qui tu ecris en priorite.

POUR LA CURIUSE

(lead magnet recent, popup)

- 1 "Bienvenue, voici ce que tu vas recevoir"
- 2 "Ce que personne ne t'a dit sur le stress"
- 3 "L'erreur que je faisais avant"
- 4 "Mon parcours en 3 etapes"
- 5 "Petit message du matin pour toi"

POUR LA REGULIERE

(te suit depuis un moment)

- 1 "Tu as deja ressenti ca ?"
- 2 "Hier en seance, une cliente m'a dit..."
- 3 "Ce qui change tout dans l'accompagnement"
- 4 "Pourquoi tu n'avances pas (vraiment)"
- 5 "Ce dimanche, j'ai compris quelque chose"

POUR LA CLIENTE

(en lien actif ou ancienne)

- 1 "Une reflexion pour toi cette semaine"
- 2 "Comment tu vas depuis nos dernieres seances ?"
- 3 "Le piege apres un accompagnement"
- 4 "Ton corps te parle, mais tu n'ecoutes pas"
- 5 "Petit rituel pour cette saison"

B L O C 5

Le texte de previsualisation

L'espace que 95% des therapeutes oublie

4 minutes

Les 3 techniques qui fonctionnent

TECHNIQUE 1 : LE COMPLEMENT DE L'OBJET

Objet : Pourquoi tu te sens toujours fatiguée le dimanche soir ?

Preview : *Indice : ce n'est pas une question de sommeil.*

TECHNIQUE 2 : L'EXTENSION DE LA CURIOSITE

Objet : Le stress n'est pas ton ennemi.

Preview : *Mais ce que tu en fais peut le devenir.*

TECHNIQUE 3 : LE TEASER CONCRET

Objet : Hier en séance, une cliente m'a dit cette phrase...

Preview : *Une phrase qui résume ce que vivent des milliers de femmes.*

L'objet pose la question. Le preview prolonge la tension.

B L O C 6

Le corps du mail et la retention

Si l'objet fait ouvrir, la premiere phrase fait LIRE

10 minutes

La premiere phrase fait LIRE

A BANNIR

"J'espere que tu vas bien"

"Cela fait longtemps que je n'ai pas ecrit"

"Aujourd'hui je voulais te parler de..."

"Comme tu le sais peut-etre deja..."

A UTILISER

L'affirmation forte

"Il y a une phrase que j'ai prononcee hier..."

La question

"Tu as deja eu cette sensation de... ?"

La mini-histoire

"Lundi 14h, cabinet. Elle s'assoit."

Si la 1ere phrase est plate, on perd la lectrice en 3 secondes.

La technique des boucles ouvertes

Le cerveau humain DETESTE les boucles ouvertes. Il les ferme.

DEBUT DU MAIL

"Je vais te raconter ce qui s'est passe hier en seance. Mais d'abord, je dois t'expliquer pourquoi cette histoire m'a fait remettre en question 10 ans de pratique."

V

Vous developpez votre contenu pendant tout le mail (la cliente attend la suite)

FIN DU MAIL

"Et donc voila ce qui s'est passe hier en seance..."

Effet : la lectrice lit jusqu'au bout sans s'en rendre compte.

Structure mobile-first + transitions

STRUCTURE MOBILE

Paragraphes de 1 a 3 lignes max

Pas 5. Pas 7.

Sur mobile, 5 lignes = sensation de pave.

Saut de ligne complet entre chaque paragraphe.

Le blanc fait reposer l'oeil.

BUCKET BRIGADES

Phrases-pont qui retiennent

"Mais ce n'est pas tout."

"Et c'est la que ca devient interessant."

"Sauf que j'ai compris autre chose."

"Reste avec moi 30 secondes."

Chaque transition cree une mini-promise qui retient la lectrice.

Le P.S. : la partie la plus lue du mail

70% des lectrices scannent l'objet, le 1er paragraphe, puis sautent au P.S.

1

Reformuler le message cle

"P.S. : si tu ne dois retenir qu'une chose..."

2

Rappel doux de l'offre

"P.S. : si ce sujet te touche, je propose un accompagnement."

3

Question qui invite a repondre

"P.S. : dis-moi en repondant si tu te reconnais."

B L O C 7

Les astuces de rédaction

Bien écrire, ce n'est pas avoir un beau style. C'est parler juste.

8 minutes

Astuces 1 et 2 : la fluidite

ASTUCE 1

Le test a voix haute

Avant d'envoyer, lisez le mail a voix haute. Si vous butez sur une phrase, vous reecrivez. Si une formulation sonne marketing, vous reecrivez. Le test reveles 80% des problemes de fluidite.

ASTUCE 2

L'écriture en 2 temps

Jour 1 : vous ecrivez d'un trait, sans corriger. Jour 2 : vous relisez et vous COUPEZ. Un bon mail est plus court a la version 2.

Astuces 3, 4, 5 : la justesse

ASTUCE 3 : LE RATIO TU / JE

3 "tu" pour 1 "je". Si vous avez plus de je, vous parlez de vous. Devinez ce qu'elle prefere lire.

ASTUCE 4 : L'EDITION PAR SOUSTRACTION

Mots a supprimer en priorite :

"vraiment", "tres", "un peu", "donc", "alors", "en fait", "du coup"

"il est important de", "il faut savoir que", "il convient de noter"

ASTUCE 5 : LE CONCRET BAT L'ABSTRAIT

Abstrait : "Il est essentiel de prendre soin de soi."

Concret : "Hier soir, j'ai dine a 19h, pose mon telephone, et lu 20 pages d'un livre."

Les 5 erreurs spécifiques aux thérapeutes

Ce que je vois après 200+ accompagnements TechRappy.

1

Vouloir paraître pro

Ton ton devient distant. La thérapeute distante perd ses clientes à la copine sympa de LinkedIn.

2

Hesiter à parler de soi

Tu crois protéger ton intimité. Tu coupes en fait ce qui rend ton mail unique : ta voix.

3

Attendre la newsletter parfaite

Tu retardes 3 mois. La newsletter envoyée imparfaite battra TOUJOURS la parfaite jamais envoyée.

4

Confondre exister et vendre

Tu ne vends à chaque mail = personne ne sait que tu existes. Tu vends à chaque mail = on se désabonne.

5

Parler à toutes pareil

La curieuse, la régulière et la cliente n'ont pas les mêmes attentes. Choisis ta cible avant d'écrire.

Les indicateurs a suivre

Des reperes, pas des juges.

TAUX D'OUVERTURE

Bien-etre / coaching : 30 a 45%

Excellent : 45%+ - A retravailler : -20%. Attention : Apple Mail prefetch peut surestimer de 10-15%.

TAUX DE CLIC

Moyenne 2-3% - Bon 3-6% - Excellent 6%+

N'a aucun sens si vous n'avez pas de lien dans le mail.

TAUX DE DESABONNEMENT

Sain 0,2-0,5% - A surveiller au-dela de 1%

Les mauvaises personnes partent. Ce n'est pas grave en soi.

La metrique reine de 2026

LE TAUX DE REPONSE

Personne ne le mesure. C'est pourtant le plus puissant.

Une reponse vaut 100 ouvertures silencieuses

- Ca cree une vraie conversation
- Ca rechauffe la relation
- Les gens qui repondent sont 5 a 10x plus susceptibles de devenir clients

Terminer chaque mail par une question ouverte qui invite a repondre.

Quand envoyer pour des therapeutes

Data 2026 specifique wellness / coaching / mental health.

LES BONS JOURS

Mardi, mercredi, jeudi

Le creneau qui sort en tete dans toutes les etudes wellness.

LES BONNES HEURES

8h - 10h le matin

Les gens consultent au calme, l'esprit clair.

ALTERNATIVES OK

13h-14h : pause dejeuner

17h-19h : sortie travail

Samedi matin : lecture detente

A EVITER

Vendredi apres-midi (mode week-end)

Dimanche soir (deprime du dimanche)

Soir tard (sommeil prioritaire)

Testez 2-3 creneaux sur 3 mois. Votre liste a ses propres habitudes.

Quel outil pour demarrer ?

Trois options selon votre situation. Pas de bonne ou mauvaise reponse.

RECOMMANDE

SYSTEME.IO

+ Tout-en-un : capture + mail + tunnel + paiement

+ Gratuit jusqu'a 2 000 contacts

+ Francais, doc et support FR

IDEAL POUR

Si vous voulez lier newsletter et tunnel de vente facilement

Formation deja dans Therapeute Visible

QUALITE EMAIL

MAILERLITE

+ Meilleure delivrabilite du marche (95%)

+ Editeur email epure

+ Capture via formulaire embed sur Divi

IDEAL POUR

Si vous voulez un focus pur email (sans tunnel)

Gratuit jusqu'a 500 contacts

BUDGET ZERO

BREVO

+ Francais (ex-Sendinblue)

+ Contacts illimites en gratuit

+ 300 envois/jour offerts

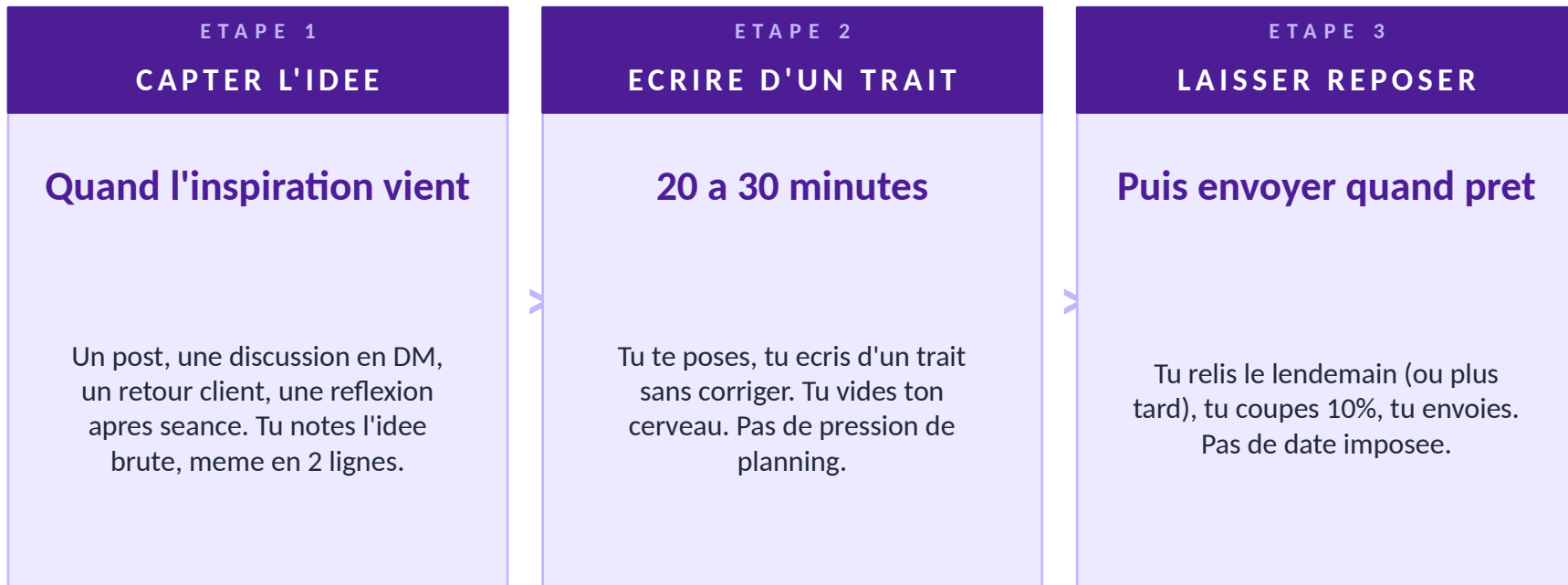
IDEAL POUR

Si vous avez une grosse liste et un budget zero

Plafond a 300 envois/jour gratuit

Un workflow en 3 etapes

Pas de planning impose. Tu écris quand l'inspiration vient.



La regularite vient du fait que ce soit fluide, pas planifie.

Votre mission d'ici 7 jours

1

Connecter votre domaine

dans Systeme.io

2

Ecrire et envoyer

votre premiere newsletter, meme de 5 lignes

3

Poster la capture

de l'envoi dans le groupe WhatsApp

BONUS : celles qui jouent le jeu = coaching individuel de 20 min offert avec moi