

# Emailing BtoB - Sofunny

## Emailing pertinent

Un bon emailing ne vend pas un "cours de stand-up", il vend une solution à un enjeu RH.

- Identifier clairement la problématique entreprise : manque d'aisance à l'oral, difficulté à capter en réunion, besoin de cohésion, développement des soft skills.
- Traduire le stand-up comme un outil professionnel (prise de parole, confiance, leadership, créativité).

✳ Ne pas rester centré sur l'activité artistique, sans lien suffisamment explicite avec les enjeux business.

## Compréhension de la cible BtoB

L'emailing s'adresse à des décideurs, il doit utiliser un vocabulaire adapté au monde de l'entreprise : *performance collective, engagement, communication interne, marque employeur, développement des compétences comportementales.*

## Qualité du message

Un emailing efficace comporte:

- Un objet accrocheur mais professionnel.
- Une accroche courte et impactante.
- Un message structuré, fluide, avec une hiérarchie claire.
- Une explication rapide du concept.
- Une mise en avant claire de l'afterwork.
- Un appel à l'action visible.

✓ Les meilleurs travaux allaient à l'essentiel.

✳ Les moins performants étaient trop longs ou manquaient de clarté dans l'objectif final.

## Cohérence fond / forme

Le design devait refléter :

- Créativité (univers du stand-up)
- Professionnalisme (cible BtoB)
- Lisible
- En accord avec l'identité et univers graphique de l'entreprise de stand-up

