

OUTIL PRATIQUE · COLLECTIONNEURS & FIDÉLISATION

Templates newsletter conversion artiste.

4 emails qui transforment abonnés en collectionneurs.

Formation Créateur professionnel — Mois 6, Collectionneurs.

INTRODUCTION

Pourquoi la newsletter est ton canal le plus rentable

J'ai analysé les ventes des 20 artistes loriginal en 2024-2025. Pour les artistes qui maintiennent une newsletter active, les chiffres sont sans appel.

40-60 % des ventes annuelles viennent directement de la newsletter

Taux de conversion email vers vente : **8-15 %**

Coût d'acquisition d'un acheteur : **4 à 8 fois moins cher** que via réseaux sociaux

Pour les artistes sans newsletter active, la majorité dépend de ventes via galerie ou opportunités ponctuelles. Aucune base récurrente.

Ce document contient 4 templates de newsletters qui convertissent. Tu adaptes avec ton propre contenu.

Pour le contexte complet, voir l'article :

loriginal.org/fr/blogue/newsletter-artiste-strategie

MÉTHODE

Les règles fondamentales d'une newsletter qui convertit

01 Une newsletter mensuelle minimum, pas plus

Mensuel = optimal pour la majorité des artistes émergents-intermédiaires. Trimestriel = trop espacé (l'audience oublie). Hebdomadaire = trop fréquent (désabonnements).

02 Sujet email avant tout

Le sujet décide si l'email est ouvert. Investir 5-10 min sur le sujet. Bons sujets : courts (40-60 caractères), curiosité ou exclusivité, jamais « promotionnel ». Exemples : « Une œuvre que tu ne reverras pas » · « L'atelier en pleine production » · « 3 nouveautés à voir avant tout le monde ».

03 Tutoiement ou vouvoiement cohérent

Choisir selon ton positionnement. Tutoiement = proximité émergente. Vouvoiement = positionnement institutionnel établi. Cohérence absolue dans tous les emails.

04 Photo principale unique et puissante

Une seule photo dominante par email. Pas 5 vignettes. Le lecteur retient mieux une image forte.

05 Call-to-action unique et clair

Pas « Voir mes œuvres » + « Inscris-toi à mon atelier » + « Suis-moi sur Instagram » dans le même email. Un seul appel à l'action par newsletter.

01 **TEMPLATE 1 · 4** Newsletter mensuelle standard

OBJET « [Mois] à l'atelier » — ex. « Mars à l'atelier »

Bonjour **[prénom]**,

[Phrase d'accroche personnelle — 1 à 2 phrases]

« Mars a été dense. La nouvelle série Effacement avance et 3 œuvres sont presque terminées. »

[Paragraphe 1 — ce qui se passe à l'atelier, 3 à 4 phrases]

« Je termine actuellement la 4e toile de la série. Elle documente la démolition du bloc Saint-Paul Est, démoli en février. J'ai pu prélever des fragments de plâtre avant la démolition, intégrés à la toile en collages. C'est probablement l'œuvre la plus politique de la série. »

[Photo principale — œuvre en cours ou détail d'atelier]

[Paragraphe 2 — réflexion plus large, 3 à 4 phrases]

« Cette démarche s'inscrit dans ma recherche depuis mon mémoire HEC : comment l'art peut-il garder mémoire de ce que l'urbanisme efface ? Je ne crois pas que la peinture

peut empêcher les démolitions. Je crois qu'elle peut documenter, témoigner, ralentir l'oubli. »

[Annonce / nouveauté — 2 à 3 phrases]

« La série complète sera présentée au vernissage Effacement à l'original Saint-Paul le jeudi 15 mai à 17h. Tu es bien sûr invité(e). Plus d'infos suivront le mois prochain. »

[Call-to-action unique]

« En attendant, voici la dernière œuvre disponible de la série actuelle [lien] »

À bientôt,

[Ton nom]

PS : Pour répondre à cet email, écris-moi directement à [email]. Je lis et réponds personnellement.

02 **TEMPLATE 2 · 4** Lancement nouvelle série

OBJET « Avant-première : ma nouvelle série Effacement »

Bonjour **[prénom]**,

Aujourd'hui je te partage en avant-première les 6 premières œuvres de ma nouvelle série Effacement. Elles ne sont pas encore publiques sur mon site ni en galerie.

[Phrase d'ancrage — pourquoi cette série maintenant]

« Cette série naît d'une obsession qui me hante depuis 18 mois : voir un quartier que j'aime se transformer si vite que je ne reconnais plus mon enfance dans ses rues. »

[Carrousel de 6 œuvres — photo, titre, année, dimensions, médium, prix, statut « Disponible » ou « Réservée »]

[Invitation exclusive]

« Mes abonné(e)s newsletter ont 7 jours d'avance avant la mise en ligne publique. Si une œuvre te touche, n'hésite pas à me répondre directement avant le [date], je te la réserve. »

[Call-to-action]

« Pour voir l'ensemble avec photos haute résolution et détails : [lien vers page privée] »

À bientôt,
[Ton nom]

03

TEMPLATE 3 · 4

Invitation vernissage ou événement

OBJET « Mon vernissage Effacement, jeudi 15 mai »

Bonjour **[prénom]**,

J'aimerais t'inviter personnellement au vernissage de mon exposition Effacement, jeudi 15 mai à 17h, à la galerie loriginal Saint-Paul.

[Contexte — 2 à 3 phrases]

« Cette exposition rassemble 18 toiles produites entre 2024 et 2026, dans le cadre d'une recherche soutenue par une bourse CALQ. C'est la première fois que la série complète est présentée. »

[Photo principale — visuel de l'exposition ou de l'œuvre signature]

Informations pratiques

DATE Jeudi 15 mai 2026

HEURE 17h à 20h

LIEU Galerie loriginal Saint-Paul, 163 rue Saint-Paul Ouest, Montréal

MÉTRO Place-d'Armes (orange)

ENTRÉE

Gratuite

[Programme optionnel]

17h00 — Ouverture des portes · 17h30 — Présentation par l'artiste · 18h00 — Cocktail et échanges · 20h00 — Fin

[Incitation à confirmer]

« Pour me dire que tu seras là, réponds simplement à cet email. Cela m'aide à organiser le cocktail. »

[Signature + lien Facebook événement si applicable]

04

TEMPLATE 4 · 4

Après la vente / fidélisation

OBJET « Merci pour [titre œuvre] »

Bonjour **[prénom]**,

Aujourd'hui je voulais simplement te remercier d'avoir acquis **[titre œuvre]** le mois dernier. Pour moi, c'est plus qu'une vente : c'est savoir qu'une œuvre dans laquelle j'ai mis 6 mois de travail trouve sa place chez quelqu'un qui la comprend.

[Paragraphe personnel sur l'œuvre — 2 à 3 phrases]

« Cette toile est née d'un matin de janvier dans mon atelier. Je travaillais sur un autre projet quand j'ai su qu'il fallait peindre celle-ci avant tout. Tu as choisi une œuvre charnière dans ma série Effacement. »

[Offre privilégiée collectionneur]

« En tant que collectionneur de mon travail, je te tiens informé en avant-première de mes prochaines œuvres. La prochaine série sera dévoilée en septembre, je t'enverrai les œuvres en exclusivité 2 semaines avant tout le monde. »

[Invitation visite atelier ou autre]

« Si tu veux visiter mon atelier pour voir ce qui est en cours, je serais ravi(e) de te recevoir.
Réponds à cet email pour fixer un moment. »

[Carte de certificat d'authenticité – rappel]

« Le certificat d'authenticité de ton œuvre est en pièce jointe. Garde-le précieusement, il
sera demandé en cas de revente future. »

Au plaisir de te revoir,
[Ton nom]

PLANIFICATION

Le calendrier éditorial annuel newsletter

Janvier	Bilan de l'année + intentions
----------------	-------------------------------

Février	Nouvelles œuvres début d'année
----------------	--------------------------------

Mars	Recherches et inspirations
-------------	----------------------------

Avril	Annonce expositions printanières
--------------	----------------------------------

Mai	Vernissage et événements
------------	--------------------------

Juin	Mi-bilan + résidences à venir
-------------	-------------------------------

Juillet	Inspiration estivale
----------------	----------------------

Août	Retours de résidence
-------------	----------------------

Septembre	Lancement nouvelle série d'automne
------------------	------------------------------------

Octobre	Vernissage solo majeur
----------------	------------------------

Novembre	Pré-Noël + acquisition cadeaux art
-----------------	------------------------------------

Décembre	Bilan et clôture d'année
-----------------	--------------------------

Les outils newsletter recommandés

Pour artistes, gratuit ou peu cher :

OUTIL	TARIFICATION
Mailchimp	Gratuit jusqu'à 500 contacts, 13 \$/mois jusqu'à 2 500
Convertkit / Kit	Gratuit jusqu'à 1 000 abonnés, 15 \$/mois ensuite
Mailerlite	Gratuit jusqu'à 1 000 abonnés, 10 \$/mois ensuite
Brevo (anciennement Sendinblue)	Gratuit jusqu'à 300 emails/jour

Recommandation pour artiste émergent : Mailerlite ou Kit. Interface simple, designs propres.

VIGILANCE

Les 4 erreurs qui plombent ta newsletter

01 Trop promotionnelle

80 % de chaque email = contenu, 20 % = appel à l'action. Pas l'inverse.

02 Trop irrégulière

Si tu disparais 6 mois puis envoies 4 emails en 3 semaines, désabonnements massifs.

03 Pas de personnalisation

« Bonjour » sans prénom = perçu comme spam. Toujours [prénom] en début.

04 Pas de mesure

Suivre le taux d'ouverture (cible 25-40 % pour artistes) et le taux de clic (cible 3-8 %). Sans mesure, impossible d'améliorer.

POUR ALLER PLUS LOIN

Cette méthode fait partie de la formation Créateur professionnel.

loriginal.org/fr/formation →

Pour soumettre ta candidature à l'original.

loriginal.org/fr/devenir-artiste →

À PROPOS

Un outil de la formation Créateur professionnel

Ce document est extrait du Mois 6, Collectionneurs, de la formation Créateur professionnel de L'Original — 12 mois pour structurer une carrière d'artiste : branding, démarche, vernissage, galeries, bourses, presse, finances.

Dorian Verdier

FONDATEUR DE L'ORIGINAL

Galleries Saint-Denis (4455 rue Saint-Denis) et Saint-Paul (163 rue Saint-Paul Ouest),
Montréal.