

E-Mailing / Newsletter

Apprenez à concevoir vos propres campagnes

Les entreprises utilisent largement la newsletter et l'e-mailing pour communiquer auprès de leurs prospects et clients, ce qui en fait un outil marketing et commercial très utilisé. Ce type de communication a pour avantage d'être envoyé en masse à un grand nombre de destinataires et d'être instantané.

Le contenu d'une newsletter a pour vocation première d'informer et de renseigner le contact sur un sujet qui l'intéresse, sur les actualités de l'expéditeur ou encore pour mettre en avant des offres commerciales et offres promotionnelles.

Dans cette formation, vous allez vous apprendre à maîtriser la conception, la mise en œuvre et le suivi des différentes étapes nécessaires pour le lancement et la réalisation d'une campagne e-mailing et d'une newsletter.

Objectif

A l'issue de la formation E-Mailing / Newsletter, diverses compétences vous seront transmises, notamment :

- Formaliser une stratégie de production et de diffusion de contenus par courrier électronique
- Appliquer les règles d'écriture et de production de contenus multimédia
- Maîtriser les outils et respecter les règles de diffusion de contenus par courrier électronique
- Piloter, suivre et évaluer les performances de campagnes e-mailing et l'impact de newsletters

Les pré-requis

Maîtriser l'environnement de Windows et la micro-informatique est nécessaire pour suivre cette formation, de même qu'être à l'aise avec Internet facilitera l'apprentissage.

Public concerné

Toute personne souhaitant découvrir les techniques de mise en place de la newsletter et de l'e-mailing.

Validation

Une attestation de fin de stage
est délivrée.

Une évaluation pratique & théorique sera réalisée en fin de parcours.

Les points forts

Formation réalisable à distance,
en présentiel ou un mix des deux.

Formation sur mesure et adaptée.

Devenez autonomes !

Accessibilité

Pour les personnes
en situation de handicap,

Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

Délai d'accès

Il est variable en fonction
de votre statut et du
financement de la formation.

Pour en savoir plus, contactez-nous

Contenu de la formation

L'environnement du Web (de 2h à 4h)

- Internet, le Web et son fonctionnement
- Distinguer les principaux navigateurs : Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera, Safari, Internet Explorer
- L'importance du référencement
- Connaître les principaux : Google, Yahoo, Bing
- Les sites vitrines / sites de ventes en ligne

- La mutation des modes de communication
- Les évolutions du Web 1.0 au Web collaboratif

Quelques notions de base pour bien démarrer (de 2h à 4h)

- Connaître l'environnement juridique et LCEN : opt-in/opt-out, contraintes juridiques
- Connaître l'environnement technologique : HTML/tables, style en ligne
- Un outil du marketing direct
- Typologie d'E-mailing
- Types d'e-mailing : recruter, fidéliser, informer...
- Les avantages et inconvénients de l'e-mailing

Définir son projet (de 4h à 6h)

- Analyse de la politique marketing et communication Web de l'entreprise
- Prise en compte des composantes du mix marketing : politique produits, services, distribution, prix, promotion...
- Définition des objectifs et cibles de la newsletter ou de la campagne e-mailing
- Réalisation du cahier des charges finalisé : composantes de communication, techniques et budgétaires

Concevoir sa campagne de newsletter ou d'e-mailing (de 4h à 6h)

- Spécificités des médias Web : lecture, interactivité, liens hypertextes...
- Organisation et gestion des contenus : comité de rédaction, gestion des ressources, relais d'informations...
- Définition de la ligne éditoriale : charte graphique, contraintes, choix rédactionnels, iconographiques et multimédias
- Définition, hiérarchie et personnalisation des messages
- Rédaction : principes généraux, calibrage, relecture, validation
- Mentions légales à intégrer aux contenus
- Découverte des outils principaux : Mailchimp, Sendinblue...

Améliorer le contenu de la newsletter (de 4h à 6h)

- Rédiger de manière claire et concise
- Établir différents niveaux de lecture
- Mettre le texte en valeur
- Contrôler l'ergonomie de la lettre
- Ajouter des liens hypertexte

- Intégrer les contraintes d’affichage des images
- Veiller à la mise en page

Diffusion de la newsletter et des emails (de 2h à 4h)

- Savoir collecter des adresses : locations et achats de fichiers, jeux-concours, abonnements...
- Règles à connaître pour la collecte des adresses : actualisation et mise à jour de la base d’adresses
- Diffusion de la newsletter et des emails : mise en ligne, envoi et archivage
- Bonnes pratiques de diffusion : planning, rythme, relance...

Optimiser sa campagne = augmenter ses chances de réussite (de 2h à 4h)

- Etude de l’impact de la campagne
- Suivi des taux d’ouverture
- Lecture, clics et mesure de la délivrabilité des emails
- Optimisation et mises à jour : ajustement des contenus et de la maquette en fonction des retours
- Nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo...