

Formation 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 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 PRÉREQUIS

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation : un bilan préformation sera établi.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer ses compétences.

OUTILS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Matériel requis : Ordinateur, connexion Internet, navigateur web à jour, si la formation porte sur un logiciel spécifique, vous devez avoir une version de celui-ci. En cas de formation en présentiel, un PC avec les logiciels nécessaires pourra vous être prêté le temps de la formation.

Plateformes utilisées : outils collaboratifs (Google Docs, Drive pour échanges de fichiers), échange de mail, site web spécifique pour envoi de gros fichiers

Supports fournis : supports PDF, modèles de sites, bibliothèques d'exemples

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émargement signée. Une attestation de fin de stage est délivrée. Exercices pratiques tout au long de la formation. 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.

Avancement à votre rythme
Devenez autonomes !

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de handicap,
Vous pouvez consulter cette page pour vous orienter au mieux.

DÉLAI D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut et du financement de la formation. Pour en savoir plus, contactez-nous

SI FORMATION À DISTANCE

Dispositif d'exécution utilisé pour la visio : Nous utiliserons de préférence Google Meet, en cas de problème ou changement nous pouvons passer par Microsoft Teams, Zoom, Skype.
Dispositif mis en place pour échanger : Le formateur reste disponible par mail entre les séances pour toutes éventuelles question

DURÉE DE LA FORMATION

Se référer au devis

MODALITÉ D'EXECUTION

Se référer au devis

MODALITÉS D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

L'accompagnement comprend

- Un test de positionnement initial permettant d'adapter le parcours
- Un entretien de cadrage pédagogique en début de formation
- Un suivi continu durant les séances (feedback immédiat, corrections guidées)
- Un temps de questions/réponses en début de chaque session (10 à 15 minutes). Votre formateur vous pose quelques questions pour repérer ce qui a été retenu du cours précédent et fait une piqure de rappel en cas de besoin
- Une disponibilité du formateur par email entre les séances (sous 48h ouvrées)
- Un point intermédiaire à mi-parcours
- Un bilan final de préparation à la certification

Encadrement

- Le formateur est là pour vous, il vous accompagne tout au long du processus
- Accompagnement individualisé en cas de difficulté
- Adaptation des exercices au niveau du candidat
- Tout en dirigeant cette formation, il s'adapte à votre rythme, à votre besoin

Modes d'évaluation de la progression

L'évaluation se fait tout au cours de la formation. Une fois un point du programme vu, un retour d'information oral peut s'effectuer ou plus fréquemment une manipulation par le stagiaire pour voir si le point est compris et acquis.

La théorie, mais surtout la pratique est de mise pour atteindre l'objectif fixé

La durée annoncée de chaque module est la durée minimum, elle peut être allongée si nécessaire au bon déroulement de la formation.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 – L'environnement du Web

- 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

Module 2 – Quelques notions de base pour bien démarrer

- 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

Module 3 – Définir son projet

- 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

Module 4 – Concevoir sa campagne de newsletter ou d’e-mailing

- 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...

Module 5 – Améliorer le contenu de la newsletter

- 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

Module 6 – Diffusion de la newsletter et des emails

- 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...

Module 7 – Optimiser sa campagne = augmenter ses chances de réussite

- 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...