

**COM-14****EMAILINGS ET NEWSLETTERS : CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE DES CAMPAGNES****OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :**

*A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :*

- Formaliser une stratégie de production et de diffusion de contenus (emails, newsletters) 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.

**CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :**

- **Elaborer son projet**
  - ✓ Analyse de la politique marketing et communication Web de l'entreprise : analyse de l'existant et de la stratégie.
  - ✓ 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 e-mailing ou sa newsletter**
  - ✓ 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.

- **Diffuser sa newsletter et ses emails**
  - ✓ Collecter des adresses : location et achats de fichiers, jeux-concours, abonnements...
  - ✓ Rôle des médias sociaux dans le recueil et la capture d'adresses électroniques.
  - ✓ Règles 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.
  - ✓ Acteurs du marché : routeurs, agences, outils
  - ✓ Bonnes pratiques de diffusion : planning, rythme, relance...
  - ✓ Exercice
  - ✓ Selon les participants, réalisation du projet de la newsletter n°0 ou finalisation du brief de la campagne pour une réalisation ultérieure ou externalisée
- **Evaluer et optimiser sa campagne**
  - ✓ Etude de l'impact : suivi des taux d'ouverture, lecture, clics et mesure de la délivrabilité des emails.
  - ✓ Optimisation et mise à jour : ajustement des contenus et de la maquette en fonction des retours.
  - ✓ Nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo...

## PUBLIC CIBLE :

- Responsables
- Chargés de communication
- Responsables marketing
- Community managers
- Rédacteurs Web.

## DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

## ANIMATEUR :

Formateur spécialisé