

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Rédiger des e-mailings et des newsletters percutants

Objectif de la formation

- Lancer et promouvoir un produit ou un service
- Faire connaître une information, un succès
- Conquérir de nouveaux clients
- Fidéliser les clients..
- Concevoir et rédiger des e-mailings, des newsletters percutants et vendeurs

A qui s'adresse cette formation ? / Prérequis

Aux contributeurs des services marketing et commerciaux, qu'ils aient reçu ou non une formation initiale en communication. En particulier :

- à ceux qui conçoivent et rédigent les e-mailings et les newsletters
- à ceux qui délèguent la production des e-mailings et des newsletters et souhaitent disposer d'indicateurs et de points de contrôle reconnus.

Progression pédagogique :

Premier jour

Tour de table et recueil des attentes des participants pour cette formation

1. Les objectifs habituellement assignés aux campagnes e-mail

- Prospection (nouvelle offre de produits/services, appels au don, à la souscription...)
- Information
- Invitation (événement, sondage...)
- Fidélisation
- Relation client (confirmation, remerciement...)

Identification des priorités pour les participants

2. Les indicateurs clés (ouverture, clic...) et les chiffres de l'e-mailing en France

- Taux d'ouverture : méthode de calcul et limites

3. La lecture à l'écran

- Efficacité et vitesse de lecture chez les internautes
- Les "tueurs de lecture" (motifs d'abandon de lecture)
- Exercices

4. Les spécificités des e-mailings et newsletters (études)

- Les contenus les plus désirés par les internautes
- Les performances des e-mailings et newsletters : taux d'ouverture, taux de clic, taux de réactivité
- Les contenus qui motivent les internautes à ouvrir un e-mail
- Ajuster sa stratégie à la nature de son message :
 - Newsletter ou e-mailing ?
 - E-mailing promotionnel ou communication de marque ?
 - Newsletter autonome ou lettre d'information liée à un site ?
- Exercices

5. Les mises en page les plus efficaces

- Texte brut et format HTML
- Où placer votre logo et votre message principal
- Les règles pour intégrer une image animée
- Savoir choisir un bouton d'action (« call to action ») et son emplacement optimum
- Exercices

6. Comment écrire pour l'internaute

- Une fraction de seconde pour convaincre votre cible d'ouvrir votre e-mail
 - Les émetteurs et les objets qui accrochent
- Contenus imprimés : les transposer ou les adapter ?
- E-mailings, newsletter : comment trouver des sujets concernés
- Trouver des idées d'expression originales (story telling, Vrais faux, etc.)
- Jeu de créativité
- Les règles pour le corps de l'e-mail : longueur, proportion image/texte...
- Concevoir des e-mails modulaires, pas des "articles"
- Exercices

Deuxième jour

7. Les techniques rédactionnelles pour capter et impacter au mieux vos cibles (suite)

- Concevez des pages balayables du regard
- Exemples de contenus modulaires
- Rappel : les règles de base de la communication écrite (plan, paragraphe, phrases, vocabulaire...)
- Offrir un "repas appétissant" à ses lecteurs
- Rédiger des accroches efficaces et percutantes
- Écrire des titres accrocheurs
- Mettre en valeur les parties importantes
- Intégrer les bons liens hypertexte au bon moment
- Rédiger des textes de bouton d'action impactants et cohérents
- Exercices

8. Atelier pratique d'optimisation des e-mailings et newsletters des participants

9. Exercice de restitution des principaux apprentissages des deux jours de formation

10. Conclusion

- Tour de table et réponse à d'éventuelles questions supplémentaires des participants
- Evaluation à chaud

La formation sera animée par Pascal Maupas

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.