

Contact facturation : facturation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 48 01  
Contact formation : formation@ccmbenchmark.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 connatre une information, un succs 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 eu ou non une formation initiale en communication. En particulier : - à ceux qui conoivent et rédigent les e-mailings et les newsletters - à ceux qui délguent la production des e-mailings et des newsletters et souhaitent disposer d'indicateurs et de points de contrle 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 concernant
- 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 Guillaume Fleureau

## **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.