Emailings et newsletters, concevoir et mettre en œuvre des campagnes
certification DiGiTT® à distance, en option

Cours Pratique de 2 jours - 14h
Réf : NEW - Prix 2024 : 1 340€ HT

Cette formation vous permettra de maîtriser la conception, la mise en oeuvre et le suivi des différentes étapes nécessaires pour le lancement et la réalisation d'une campagne e-mailing et d'une newsletter.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

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

EXERCICE

Exercices basés sur l'étude d'emails et de newsletters existantes et sur la conception d'un projet concret des participants.

CERTIFICATION

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de la cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

PARTICIPANTS

Responsables et chargés de communication, responsables marketing, community managers et rédacteurs Web.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 09/2018

1) 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.

Exercice : Initialisation du projet ou état des lieux du projet de chaque participant.

2) 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.

Exercice : Etude de newsletters et campagnes e-mailing existantes et analyse des bonnes pratiques.

3) 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 marchés : 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.

4) 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...

LES DATES

CLASSE À DISTANCE	PARIS
2025 : 20 mars, 05 juin, 11 sept., 11 déc.	2025 : 13 mars, 22 mai, 04 sept., 04 déc.