

# CONCEVOIR DES CAMPAGNES E-MAILING ET DES NEWSLETTERS

## Contenu pédagogique

Smart PME

L'entreprise à l'ère du numérique

### 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...

### 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...

### 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...

### 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.

#### ▼ OBJECTIF

Smart PMEL'entreprise à l'ère du numérique

#### ▼ PUBLIC CONCERNÉ

Cette formation s'adresse aux salariés des entreprises, et plus spécifiquement aux acteurs en capacité à optimiser les campagnes de communication : • Responsables et chargés de communication • Responsables marketing • Community managers et rédacteurs w...

#### ▼ PRÉREQUIS

Aucun

#### ▼ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

#### ▼ DURÉE

- Nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo...