

MARKETING ET COMMUNICATION

Objectifs :

- *Etre capable de concevoir une newsletter et de lancer une campagne e-mailing. Collecter des contacts et gérer les bases de données.*
- *Acquérir ou développer ses outils pour optimiser sa communication digitale*
- *Augmenter sa visibilité via les différentes techniques de web marketing*

Méthode Pédagogique :

- *Travail et ateliers collectifs essentiellement sur support informatique.*
- *Exposés théoriques et démonstration*
- *Application au travers de cas et exercices pratiques*

5.3.4 Concevoir votre infolettre (newsletter) (1 jour)

a. Les différentes typologies d'infolettres

- e-mail, newsletter... Pertinence réelle ?
- Information vs démarche commerciale.

b. Le cadre légale de la newsletter

- les règles communes,
- les différences B to B et B to C,
- la collecte d'adresses et la déclaration CNIL,
- les règles de la LCEN (Loi pour la confiance dans l'économie numérique)
- les informations obligatoires

c. Comment constituer et gérer une base adresse

- les différentes méthodes,
- les règles à respecter,
- gérer sa base de données.

e. Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter

- segmenter sa base prospect
- définir un objectif principal par envoi,
- mettre en place un entonnoir de conversion,
- définir ses objectifs de performance (KPIs),
- positionner l'emailing dans son écosystème digitale.

f. Choisir ses outils d'envoi et de traçabilité

- Publipostage avec les outils bureautiques : risque de blacklistage et absence d'outils d'analyse
- Logiciels dédiés : liberté et souplesse.
- Prestataires spécialisés : récurrence des coûts et accompagnement.

g. Concevoir et réaliser votre newsletter

- choisir les messages clés à communiquer
- structurer le contenu de la lettre
- concevoir la maquette en respectant les contraintes techniques du support
- respecter la charte graphique de l'entreprise
- utiliser la couleur de façon cohérente
- les spécificités de l'emailing commercial

h. Rédaction orientée newsletter

- s'approprier et appliquer les règles de la communication écrite
- Apprendre à écrire efficace
- créer des niveaux de lecture et valoriser les textes
- Veiller à l'ergonomie de la newsletter (UI)

i. Enrichir la newsletter

- Ajouter des liens hypertexte,
- Analyse de performance avec Google Analytics et l'url tracking,
- Illustrer la newsletter avec des photos en respectant le rapport poids texte / poids photos,
- optimiser ses visuels.

j. Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture

- L'importance de l'objet et de l'expéditeur

k. Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)

- poids du document,
- cohérence entre expéditeur et propriétaire du serveur d'envoi,
- les limites liées à la disparité des logiciels mails.

l. Mesurer l'efficacité de votre campagne :

- bounced, taux d'ouverture et taux de clic,
- limite de conversion et réalité opérationnelle,
- analyse comportementale,
- segmentation de vos cibles.