

Créer et envoyer un e-mailing / une Newsletter



DURÉE : 2 jours (14 heures)

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION :

- Devenir autonome dans la conception, la réalisation et le suivi d'une campagne e-mailing, en maîtrisant les fondamentaux et les nouveautés de 2025
- Créer une newsletter professionnelle et adaptée aux différents supports (desktop, mobile, tablettes, dark mode)
- Migrer un support existant (print/PDF) vers un format HTML interactif et ergonomique
- Découvrir et savoir utiliser les outils et bonnes pratiques (respect des réglementations, délivrabilité, design, personnalisation)
- Analyser et mesurer la performance d'une campagne e-mailing (taux d'ouverture, taux de clic, retours sur investissement)

CONNAISSANCES PRÉALABLES POUR SUIVRE CETTE FORMATION :

- Ce stage requiert une connaissance de l'environnement informatique et l'utilisation classique des outils de Bureautique

PROFIL DES PARTICIPANTS :

- Cette formation s'adresse aux webmasters, secrétaires, responsables de communications, commerciaux ou toute personne souhaitant mettre en place un e-mailing

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES DE CETTE FORMATION :

- 3 à 8 personnes maximum par cours
- 1 poste de travail par stagiaire
- Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique pendant le stage
- La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices concrets

FORMATEUR DE CETTE FORMATION :

Formateur expérimenté expert en communication digitale

PROGRAMME DE LA FORMATION :

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

Présentation de l'E-mailing Moderne

- Qu'est-ce qu'un e-mailing en 2025 ? : évolution des formats, des supports, et de l'expérience utilisateur.
- Contraintes et enjeux : délivrabilité (inbox placement), filtres anti-spam, protection des données (RGPD, CNIL, ePrivacy).
- Les outils nécessaires :
 - Logiciels de création : éditeurs d'e-mails par blocs (drag-and-drop), solutions de conception HTML avancées.
 - Logiciels de retouche/optimisation d'images : prise en compte de la performance mobile, poids des visuels, formats adaptés (WebP, SVG, etc.).
 - Solutions d'envoi d'e-mailing : principes de base (SMTP, authentification DMARC/DKIM/SPF), choix des plateformes (Mailchimp-like, Sendinblue-like, etc.), critères de sélection selon ses besoins.

Construire son message

- Choisir le type de campagne : newsletter, emailing promotionnel, invitation à un événement, jeu concours, scénario de nurturing...
- Définir les messages clés : ligne éditoriale, storytelling, call-to-action (CTA) clair.
- Hiérarchiser le contenu : zones de lecture prioritaires, place du CTA, ergonomie mobile-first.
- Adapter la rédaction à la lecture sur écran : longueur du texte, structuration, accroches visuelles.
- Prise en compte de l'accessibilité : contrastes, balises ARIA, texte alternatif pour les images.

Concevoir la Maquette du Message

- Identité visuelle et charte graphique : cohérence avec la marque, couleurs, typographies, éléments visuels récurrents.
- Mise en page et intégration HTML :
- Grille responsive (compatibilité mobile, tablette, desktop).
- Respect des contraintes d'affichage dans les différents clients de messagerie (Outlook, Gmail, Apple Mail, etc.).
- Choix et optimisation des visuels :

Créer et envoyer un e-mailing / une Newsletter



MÉTHODES D'ÉVALUATION DES ACQUIS DE CETTE FORMATION :

- Évaluation permanente des acquis sous forme d'exercices de synthèses
- Document d'évaluation de satisfaction
- Tests pratiques
- Attestation de formation individuelle
- Attestation de fin de stage

- Formats adaptés (JPEG, PNG, SVG, WebP) et compression.
- Poids des images vs. temps de chargement.
- Micro-animations et interactivité : conseils pour inclure des GIF, des éléments interactifs (boutons dynamiques, carrousels) si compatibles avec les principaux clients mail.

Création d'une Newsletter de A à Z

- Élaboration de la structure HTML (ou l'utilisation de templates prédéfinis) : zones de titre, blocs de texte, images, CTA, pied de page (mentions légales, lien de désinscription).
- Insertion et comportement des images : gestion de l'affichage (alt text), adaptation au dark mode, prévisualisation.
- Balises HTML et bonnes pratiques : codage propre pour limiter les problèmes d'affichage, prise en charge de CSS inline pour maximiser la compatibilité.
- Création de liens et suivi de clic : UTM parameters pour Google Analytics ou autres systèmes de tracking.

Envoi de l'E-mailing et Meilleures Pratiques

- Liste d'adresses e-mails :
- Constituer et segmenter sa base de contacts (recueil des consentements, gestion des désinscriptions, hygiène de la base).
- Respect des réglementations (RGPD, lois anti-spam, ePrivacy).
- Paramétrage de l'outil d'envoi :
- Configuration du nom de l'expéditeur, adresses de réponse, authentification (DKIM, SPF, DMARC).
- Personnalisation du contenu : champs dynamiques (prénom, nom, offre spécifique).
- Choix du moment d'envoi : jours et heures à privilégier en fonction de la cible, automatisations possibles (email d'anniversaire, relance post-inscription).
- Fréquence d'envoi : éviter la sursollicitation tout en restant présent dans l'esprit de la cible.
- Gestion du spam et des filtres : éviter les mots "pièges", veiller à un bon ratio texte/ images, paramétrer l'authentification d'envoi.

Créer et envoyer un e-mailing / une Newsletter



Suivi et Analyse de la Campagne

- Préparer son fichier d'adresses e-mails
- Paramétrages de l'outil d'envoi
- Personnaliser le contenu du message
- Le problème du spam et des filtres
- Choisir le créneau d'envoi (jour, heure)
- Fréquence d'envoi

Conclusion et Check-List Opérationnelle

- Check-list des éléments clés :
Qualité de la base de contacts (opt-in), charte graphique, version HTML responsive, paramétrages de délivrabilité, planning d'envoi, liens de désinscription.