

## E-mailing

<p><b>Public :</b> Toute personne souhaitant communiquer par l'e-mailing.</p>	<p><b>Pré-requis :</b> Maîtrise de l'environnement Mac ou Pc.</p>
<p><b>Objectifs de la formation :</b> Comprendre le processus de création d'un e-mailing, et éviter les pièges de ce mode de diffusion.</p>	<p><b>Déroulé de cours :</b> L'apprentissage se fera sur la base de l'alternance d'apports théoriques et de nombreux exercices pratiques.</p>
	<p><b>Moyens pédagogiques :</b> Un ordinateur récent de type Mac ou PC par stagiaire, équipé d'un écran 22,5 pouces et d'un dispositif son (enceintes ou caques). Vidéo projecteur, connexion internet, wifi.</p>
<h2>Conseil en Communication</h2> <p>par les</p> <h2>Médias Numériques</h2> <p>Formation/ Production de contenus</p> 	<p><b>Validation des acquis :</b> Réalisation d'exercices corrigés, tout au long de la formation.</p>
	<p><b>Lieu :</b> Big Pebble (à Caluire - 69300), ou sur site.</p>
	<p><b>Horaires :</b> Matin : 9h00-12h30 Après-midi : 13h30-17h00</p>
	<p><b>Suivi post-formation :</b> Un support de cours, une attestation de présence et une évaluation de formation sont remis à chaque participant. Suivi par téléphone ou par mel, assuré sans limite dans le temps.</p>
<p>Numéro d'agrément Formation Professionnelle : <b>82 69 06792 69</b></p>	

## E-mailing

(Le texte en italique identifie les apports théoriques de la formation)

### Introduction

Rappel des contraintes de l'e-mail  
Principes techniques généraux.  
Les contraintes (différentes du Web).  
Les aspects «éthiques».  
Le problème du spam (et des filtres).

### Définir les objectifs et préparer les sources

Définir les cibles et les objectifs de communication.  
Analyse des différents types: e-mailing, newsletter.  
Choisir la solution technique la plus adaptée :  
publipostage bureautique, logiciels dédiés, prestataires spécialisés?  
Faire le point sur son fichier d'adresses, et préparer les sources.  
Connaître et respecter la législation en vigueur.

### Concevoir votre emailing

Choisir les messages clés à communiquer.  
Définir la fréquence d'envoi, et les contenus.  
Structurer le contenu de la lettre : charte éditoriale et textuelle.

### Savoir rédiger un bon e-mailing

Appliquer des règles d'écriture claires et pérennes.  
Apprendre à écrire court.  
Créer des niveaux de lecture.  
Mettre en valeur le texte.

### Réaliser le modèle d'e-mailing

Définir une charte graphique «mail-compatible».

Réaliser le modèle HTML finalisé de la newsletter.  
Intégrer les textes réels et les images.  
Ajouter les liens hypertexte.  
Finaliser et tester le modèle d'e-mailing.  
Préparer son site web aux clics issus de l'e-mailing.

### Gérer les envois: la diffusion

Préparer son fichier d'adresses mail avec Excel.  
Les différentes options pour l'expédition.  
Option 1: envoi par vous même (Outlook, Mail, Thunderbird...)  
Option 2: avec un logiciel spécialisé.  
Option 3: avec un prestataire spécialisé (recommandé).

### Mesurer les résultats, ajuster les campagnes

Analyser les statistiques, et ajuster si nécessaire les messages, le ciblage

### Exemples et cas pratiques

Bonnes ressources sur le sujet.  
Quelques exemples

