

L'infolettre | Pourquoi l'utiliser et la rendre performante

Clientèle visée : Responsable du contenu d'un site, responsable des communications, webmarketeur, entrepreneur, travailleur autonome.

Objectifs : Cette formation permet d'apprendre à concevoir, à gérer et à optimiser ses campagnes infolettres. Utilisée comme un outil de communication et de fidélisation, l'infolettre est définie par un contenu à forte valeur ajoutée et, est destinée à des cibles précises. (personas)

- Élaborer une stratégie de contenu et un calendrier d'envois d'infolettres fondée sur des groupes cibles.
- Identifier les caractéristiques d'une campagne d'infolettre réussie et en maîtriser les outils en ligne.
- Mesurer ses actions numériques et comprendre les indicateurs clés de performance de l'infolettre.
- Se familiariser avec la législation en vigueur (loi C-28).

Durée : 6 heures

Contenu

Les 7 bonnes pratiques pour démarrer son infolettre

- Plan stratégique annuel pour l'envoi d'infolettres optimale
- Objectifs
- Cible
- Choix du gabarit
- Types de contenu et optimisation
- Outils statistiques
- Procédures de désinscription

Gestion de ses contacts

- Apprendre à gérer et enrichir sa base de données de contacts
- Cas pratiques, exemples et contre-exemples

Les outils en ligne

- Connaître et utiliser les outils en ligne et maîtriser des plateformes pour créer et envoyer les infolettres.
- Exemples d'utilisation d'outils en ligne.

Identifier les bonnes pratiques de conception et rédaction

- Maîtriser les bonnes pratiques pour optimiser le taux d'ouverture et le taux de clic de l'infolettre.
- Structurer son infolettre, comprendre l'appel à l'action, zone de prévisualisation, page d'atterrissage.
- Tester et valider ses gabarits.
- Cas pratiques, exemples et contre-exemples.

Approches pédagogiques

- Cas pratiques adaptés à la réalité des participants
- Coaching individuel avec chaque participant peut être proposé

Présentation du consultant formateur

Hervé Chrétien : spécialiste en marketing numérique et en médias interactifs, diplômé de deuxième cycle d'une école de commerce. Il a élaboré et mis en œuvre des stratégies innovantes en marketing Web dans le domaine des finances, des télécommunications ou du commerce de détail. Il enseigne aussi à l'École Polytechnique de Montréal et à l'Université de Montréal.