Formation Office de tourisme

Créer une newsletter efficace

A l'heure des réseaux sociaux, beaucoup ont prédit la mort de la newsletter. Or, il n'y en a jamais eu autant ! Mieux : celle-ci s'est métamorphosée, en raison de la réglementation, d'outils de plus en plus simples de création et de diffusion, et de nouveaux usages de consommation des contenus. Bref, la newsletter est devenue un projet éditorial à part entière, complémentaire d'un média principal ou totalement autonome, idéal pour un office de tourisme désireux de créer et garder le contact avec ses différentes audiences, professionnelles ou grand public.

Objectifs

- Définir sa stratégie d'e-mailing
- Etre capable de bâtir la maquette de sa newsletter
- Maîtriser les techniques d'accroche en fonction de la cible
- Savoir analyser la performance de sa newsletter

Format

Consult
presse r
partage
15 minu
tourism
sociaux.

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Dominique est également diplômé en e-learning, de l'université de technologie de Sydney (Australie).

Contenu et programme

JOUR 1 :

Partie 1 – Les fondamentaux de l'e-mailing

- Malgré les réseaux sociaux, l'emailing n'est pas mort !
- Analyse et typologie des emailings BtB et BtC
- Le vocabulaire de l'emailing
- Quelle place pour l'emailing dans votre écosystème éditorial ?
- Définir les cibles et les objectifs de communication
- Respect de la RGPD
- Atelier : Audit de vos emailings et cas pratiques avec des exemples de newsletters

Partie 2 – Réussir sa newsletter

- Définir la fréquence et sa stratégie de diffusion
- Quelle organisation de production ? Qui solliciter pour sa rédaction (interne, externe) ?
- Les outils de production de sa newsletter : le calendrier, la charte rédactionnelle, la feuille d'angle
- Choisir les messages clés à communiquer
- Ecrire pour une newsletter : les bonnes pratiques selon vos cibles (les bases du copywriting)
- Structurer le contenu de sa newsletter
- Concevoir la maquette de sa newsletter
- Design : les erreurs à éviter
- Atelier : création d'une maquette de newsletter dans Canva et rédaction de plusieurs textes

JOUR 2 :

Partie 3 –Ch

- Bien choi
- Optimise
- Automati

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

- Paramétrer sa plate-forme de newsletter et créer un template
- L'importance de l'objet
- Atelier : Audit de vos newsletters & rédaction d'un mini plan d'actions

Partie 4 – Analyser et booster ses résultats

- Suivre et analyser la performance de sa newsletter : indicateurs clés
- Elaborer une stratégie pour augmenter le nombre d'abonnés
- Atelier : création d'un tableau de suivi

Public/Prérequis

Cette formation s'adresse aux chargés de communication et salariés en charge de la réalisation des newsletters

Pré-requis : Avoir une bonne connaissance de la stratégie du territoire : cibles prioritaires, thématiques prioritaires

Kaspars Grinvalds

Prix 0.00 € TTC

Date

Duré

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Détail tarif

Elle est gratuite pour les salariés de droit privé des Offices de Tourisme adhérant à l'AFDAS. Elle n'impacte pas l'enveloppe individuelle de l'Office de Tourisme mais le fonds collectif régional dédié. Pour les adhérents à l'AFDAS, un mail vous sera adressé suite à votre inscription pour la saisie de cette formation sur votre espace sécurisé.

Pour les salariés de droit public, merci de nous contacter si vous êtes intéressés par cette formation.

Contact : ot@visitparisregion.com

Participants 12

Ce cours comprend

La démarche pédagogique pendant la formation prend en compte les points suivants
1 – Connaissance : apport de concepts, méthodes et outils, et de bonnes pratiques illustrées par des exemples issus de l'expérience du formateur
2 – Compréhension : 1er niveau d'appropriation via des partages d'expériences, des ateliers collectifs et individuels (analyse des e-mailings de chaque participant, d'exemples de newsletters,etc.)
3 – Application : appropriation par les participants au travers des ateliers individuels (création d'une maquette de newsletter avec Canva, rédaction de textes d'emailings, création d'un template, création d'un tableau de suivi, etc.)
4 – Analyse : mise en commun des travaux réalisés en phase d'application = analyse collective, impact sur ses actions
5 – Synthèse : identifier des idées forces issues de la formation
La répartition s'établit à 30% de théorie et 70% de pratique

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.