



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 une stratégie d'emailing intégrée dans sa stratégie de communication
- Concevoir une newsletter ou redynamiser sa newsletter en s'inspirant des techniques de copywriting
- Analyser et piloter la performance de sa newsletter

Format

Consultez
presse r
partage
minutes
le conta
Aujourd'

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 paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétrier les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

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

Contenu et programme

JOUR 1

Partie 1 – L'emailing en pleine effervescence

- Les plates-formes d'emailing existantes : avantages et inconvénients
- Comprendre et appliquer la RGPD
- Les tendances de la newsletter (lisibilité, design, contenus)
- Le vocabulaire spécifique de l'emailing

Atelier : Analyse de plusieurs newsletters et identification de bonnes pratiques

Partie 2 – Définir sa stratégie d'emailing

- 5 étapes pour bâtir sa stratégie emailing
- Quelle organisation interne pour sa newsletter ?
- Les outils de pilotage d'une newsletter (calendrier éditoriale, feuille d'angle,...)

Atelier : création d'une stratégie d'emailing à partir d'un gabarit

Partie 3 –Le copywriting, l'art d'écrire pour vendre

- Les bases du copywriting
- Le copywriting appliqué à la newsletter (objet,...)
- Visuels, gif, infographie,... Les visuels d'une newsletter

Atelier : Rédaction de plusieurs textes

JOUR 2

Partie 4 – La création d'une newsletter

- La maquette
- Découvrir
- Création

Atelier : Crée

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 paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétrier les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Partie 5 – Analyse et optimisation

- Comprendre

- Quels sont les indicateurs clés à suivre ?
- Optimiser la délivrabilité et gérer ses audiences (listes,...)

Atelier : création d'un tableau de bord

Partie 6 – Créer des scénarios

- Comment envoyer un message de bienvenue ?
- Comment réactiver les abonnés inactifs ?
- Créer des scénarios éditoriaux

Atelier : création d'un scénario interactif

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



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 paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétrier 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 adhérent 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: sorya.tholon@chooseparisregion.org

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 paramétriser l'utilisation cliquez sur "Paramétrier les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.