

### DURÉE : 3 JOURS

21 heures - Présentiel

### PRÉ-REQUIS

Ce stage requiert une bonne connaissance de l'environnement informatique et bureautique

### OBJECTIFS

Cette formation e-mailing vous permettra de réaliser entièrement une newsletter attractive (texte, photos, effets) et de l'envoyer par mail aux destinataires sélectionnés, puis d'en analyser les retombées

### PUBLIC VISÉ

Toute personne ayant une activité professionnelle à promouvoir et souhaitant réaliser des opérations d'e-mailing  
Webmaster, responsable marketing, responsable internet, responsable de la communication

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Diagnostic pédagogique amont permettant de regrouper les apprenants par niveau homogène et d'assurer la parfaite adéquation entre vos besoins et le programme
- Organisation en petit groupe de 1 à 6 apprenants maximum garantissant une meilleure interactivité
- 1 poste informatique par apprenant
- Environnement confortable, calme et propice à la concentration (dans nos salles)
- Supports de cours et documentation individuels de qualité (livrets papier)
- Enchaînement de : ① théorie  
② démonstration par l'exemple  
③ mise en pratique sur exercices
- Visualisation et partage des connaissances transmises par projection audiovisuelle en appui
- A l'issue de la formation, tous les exercices et leurs corrigés vous sont remis

### MOYENS D'ENCADREMENT

Consultant formateur spécialisé, validé par notre équipe tant sur la capacité pédagogique que la connaissance technique métier

### MOYENS D'ÉVALUATION

Diagnostic préalable des connaissances individuelles à partir d'un questionnaire de positionnement  
Évaluation de l'atteinte des objectifs par l'apprenant  
Évaluation du transfert des acquis par le formateur

## CONTENU PEDAGOGIQUE

### Les règles de communications l'e-mailing

#### Définitions et règles

Qu'est-ce qu'un e-mailing? A quoi sert-il ?  
Loi sur les fichiers et loi sur la publication  
Les mentions légales et les mentions utiles  
Les règles des fournisseurs d'accès à Internet  
Spam et newsletters: règles et qualification des bases

#### Conception et rédaction du message : création rédactionnelle et visuelle

Identifier sa cible et déterminer l'objectif de l'e-mailing  
Concept  
Accroche  
Body  
Iconographie : recherche, optimisation, création  
Choisir sa charte graphique : logo, logotype, style  
La mise en page

### Création avec Photoshop

#### Les images

Ouvrir, créer une nouvelle image, importer un fichier PDF ou EPS  
Résolution et taille de l'image, poids des images  
Changer la taille, changer la résolution d'une image

#### Palettes et fenêtre outils

Choisir une forme d'outil, utiliser les différents outils  
Créer des dégradés

#### Utiliser les calques

Lier, aligner, fusionner des calques, aplatir l'image, créer des ombres, copier les calques d'une image à l'autre, appliquer les options de photomontage

#### Placer du texte dans une image

Placer du texte sur une image, modifier du texte, appliquer des effets spéciaux à un texte

#### Sélections

Addition, soustraction, intersection de sélections, créer des sélections fondées sur la couleur avec la baguette magique, créer des sélections fondées sur le contraste entre zones

#### Transformer des zones sélectionnées

Redresser, recadrer une image

#### Publier pour le Web

Les avantages et inconvénients de :  
- Enregistrer en png, gif, jpeg pour le Web  
- Enregistrer en html (newsletters)  
- Enregistrer des images détournées

## SUITE

### Diffusion et routage avec Sarbacane

#### Identifier les destinataires de la campagne

Importer les destinataires  
Nettoyer le fichier  
Base de données des destinataires

#### Concevoir le message

Définition de l'en-tête du message  
Importation d'un document HTML  
Création de la version HTML du message (conception intégrale d'un document)  
Création de la version texte du message  
Objets à inclure dans le message  
Pièces jointes du message

#### Filtrer

La liste noire des destinataires  
La liste noire des domaines  
Les NPAI

#### Envoi du message

Définir les paramètres d'envoi du message  
Les paramètres SMTP  
La gestion de la journalisation  
La gestion du cadencement  
Le service de Routage professionnel  
Test / Envoi  
Check-list  
Test sur quelques adresses  
Envoi de la campagne  
Suivi  
Routage

#### Résultats

Téléchargement et analyse des résultats  
Utiliser les résultats pour piloter les campagnes suivantes

### ORGANISATION - INTER OU INTRA

#### INTER-ENTREPRISES

Prix et dates sur calendrier si programmé

#### PRIX INTRA-ENTREPRISE

Sur devis - Programme adaptable en intra