

# JEUDI ACADÉMIE

CRÉER UNE NEWSLETTER EFFICACE  
ET PERCUTANTE

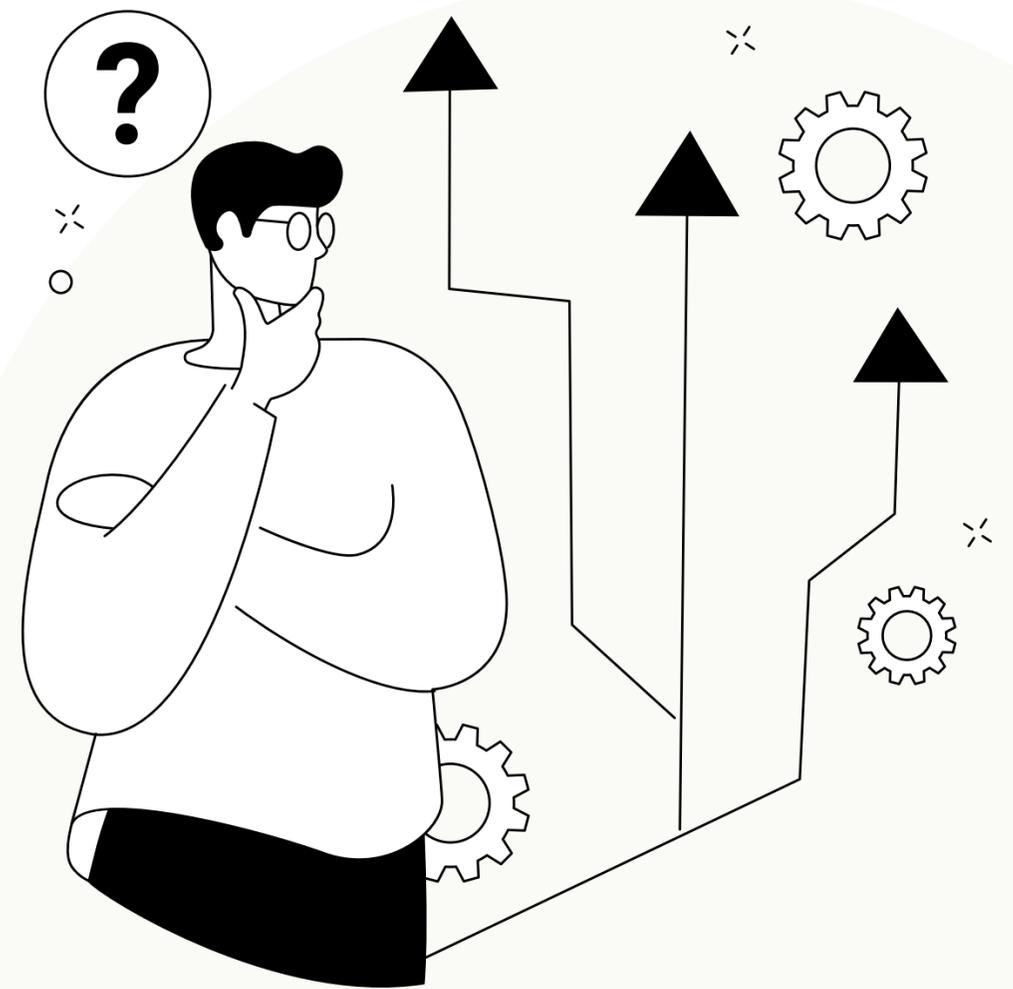


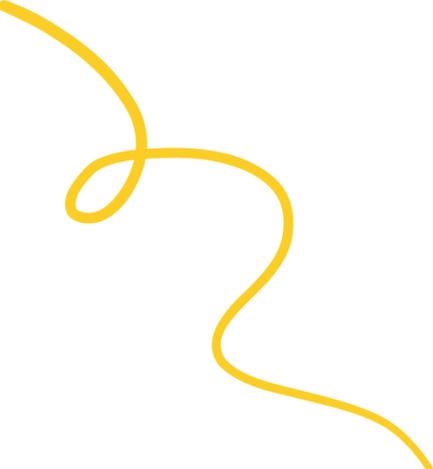
# INTRODUCTION

## QU'EST CE QU'UNE NEWSLETTER?

Un courriel périodique envoyé par une personne, une entreprise ou une organisation à une liste de diffusion composée d'abonnés.

- **Partager des informations :**  
actualités, articles de blog, publications récentes, etc.
- **Promouvoir des produits ou services :**  
offres spéciales, lancements de produits, etc.
- **Fidéliser et engager son audience :**  
conseils, astuces, invitations à des événements, etc.





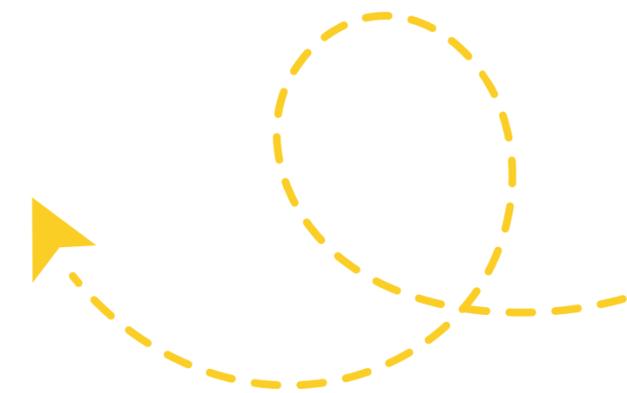
# QUELS AVANTAGES?

AUGMENTER SA VISIBILITÉ ET SA NOTORIÉTÉ

FIDÉLISER SES CLIENTS ET PROSPECTS

GÉNÉRER DU TRAFIC SUR VOTRE SITE WEB

AMÉLIORER VOTRE RETOUR SUR INVESTISSEMENT MARKETING





# À RETENIR

LA NEWSLETTER EST UN OUTIL DE COMMUNICATION EFFICACE POUR RESTER EN CONTACT AVEC SON AUDIENCE, ATTIRER DE NOUVEAUX CLIENTS, PARTAGER DES INFORMATIONS ET DÉVELOPPER SON ENGAGEMENT.

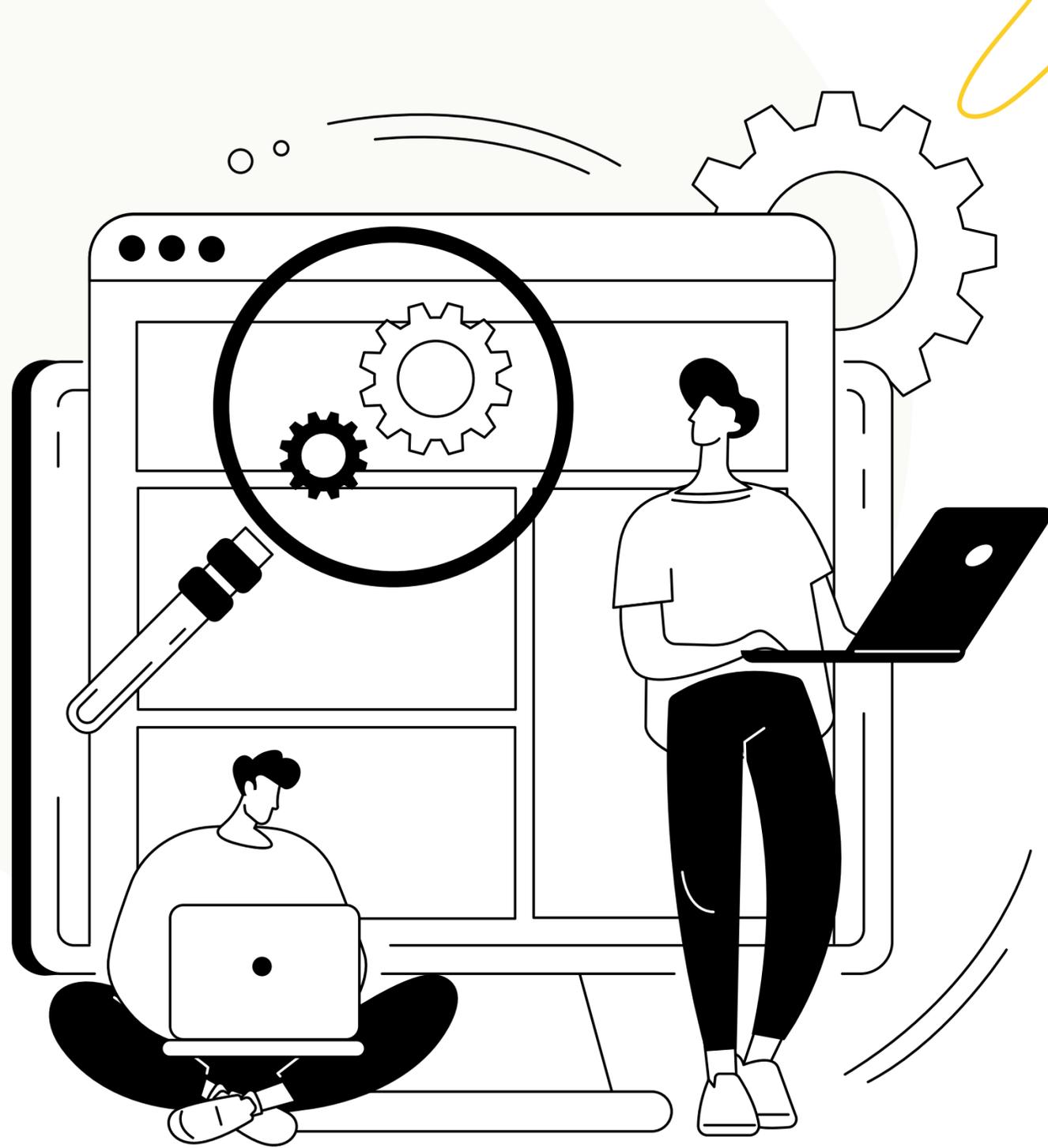
# CRÉER UNE NEWSLETTER EFFICACE

**CRÉER UNE NEWSLETTER C'EST BIEN.  
QU'ELLE SOIT OUVERTE ET LUE, C'EST MIEUX.**

L'ERREUR LA PLUS FRÉQUENTE EST DE COMMUNIQUER  
POUR COMMUNIQUER, SANS STRATÉGIE ET AVEC UN  
CONTENU QUI GÉNÈRE PEU D'INTÉRÊT.

COMMENT FAIRE UNE NEWSLETTER  
QUI SOIT À LA FOIS EFFICACE ET PERCUTANTE ?





# DÉFINIR UNE STRATÉGIE ÉDITORIALE CLAIRE ET COHÉRENTE

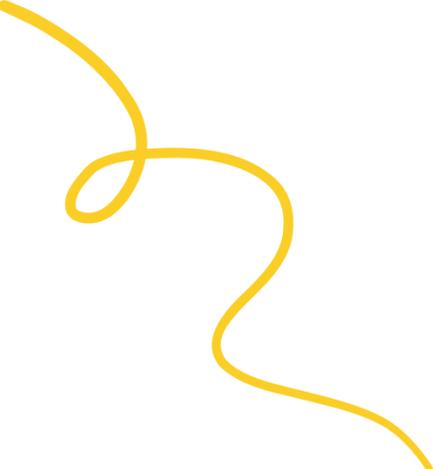
**QUEL EST L'OBJECTIF DE VOTRE NEWSLETTER :  
INFORMER, DIVERTIR, PROMOUVOIR OU FIDÉLISER?**

# IDENTIFIEZ VOTRE AUDIENCE

**IDENTIFIEZ VOTRE AUDIENCE : CLIENTS POTENTIELS, CLIENTS EXISTANTS, PROSPECTS, ETC.**

**DÉFINISSEZ SES BESOINS : QUELS TYPES D'INFORMATIONS RECHERCHENT-ILS ? QUELS SONT LEURS CENTRES D'INTÉRÊT ? QUELS FORMATS DE CONTENU PRÉFÈRENT-ILS ?**





# POUR ALLER PLUS LOIN, SEGMENTEZ VOTRE AUDIENCE

## **MIEUX CIBLER VOS COMMUNICATIONS**

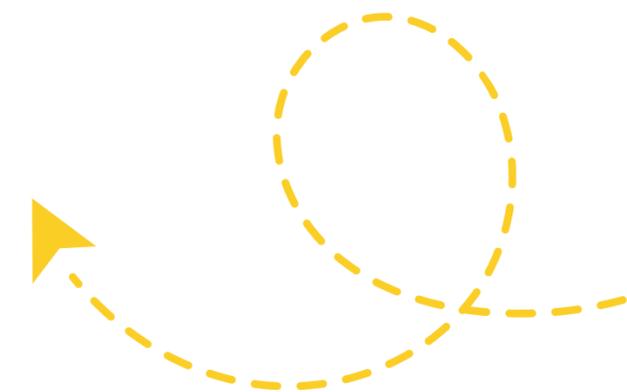
(EN ENVOYANT DES MESSAGES ADAPTÉS AUX BESOINS ET AUX ATTENTES DE CHAQUE SEGMENT)

## **PERSONNALISER L'EXPÉRIENCE CLIENT**

(EN PROPOSANT DES CONTENUS ET DES OFFRES PERTINENTS, ON AMÉLIORE LA SATISFACTION CLIENT ET LA FIDÉLISATION)

## **OPTIMISER VOS RESSOURCES MARKETING**

(EN CONCENTRANT VOS EFFORTS SUR LES SEGMENTS LES PLUS PROMETTEURS, VOUS MAXIMISEREZ VOTRE RETOUR SUR INVESTISSEMENT.)



# DÉTERMINEZ LE TYPE DE CONTENUS QUE VOUS ALLEZ PROPOSER

ESSAYEZ DE VOUS METTRE À LA PLACE DE VOS LECTEURS  
ET DE RÉPONDRE À CES DEUX QUESTIONS :

- QU'ATTENDENT LES LECTEURS DE VOTRE ENTREPRISE ?
- QU'EST-CE-QUE VOUS ATTENDEZ D'EUX ?

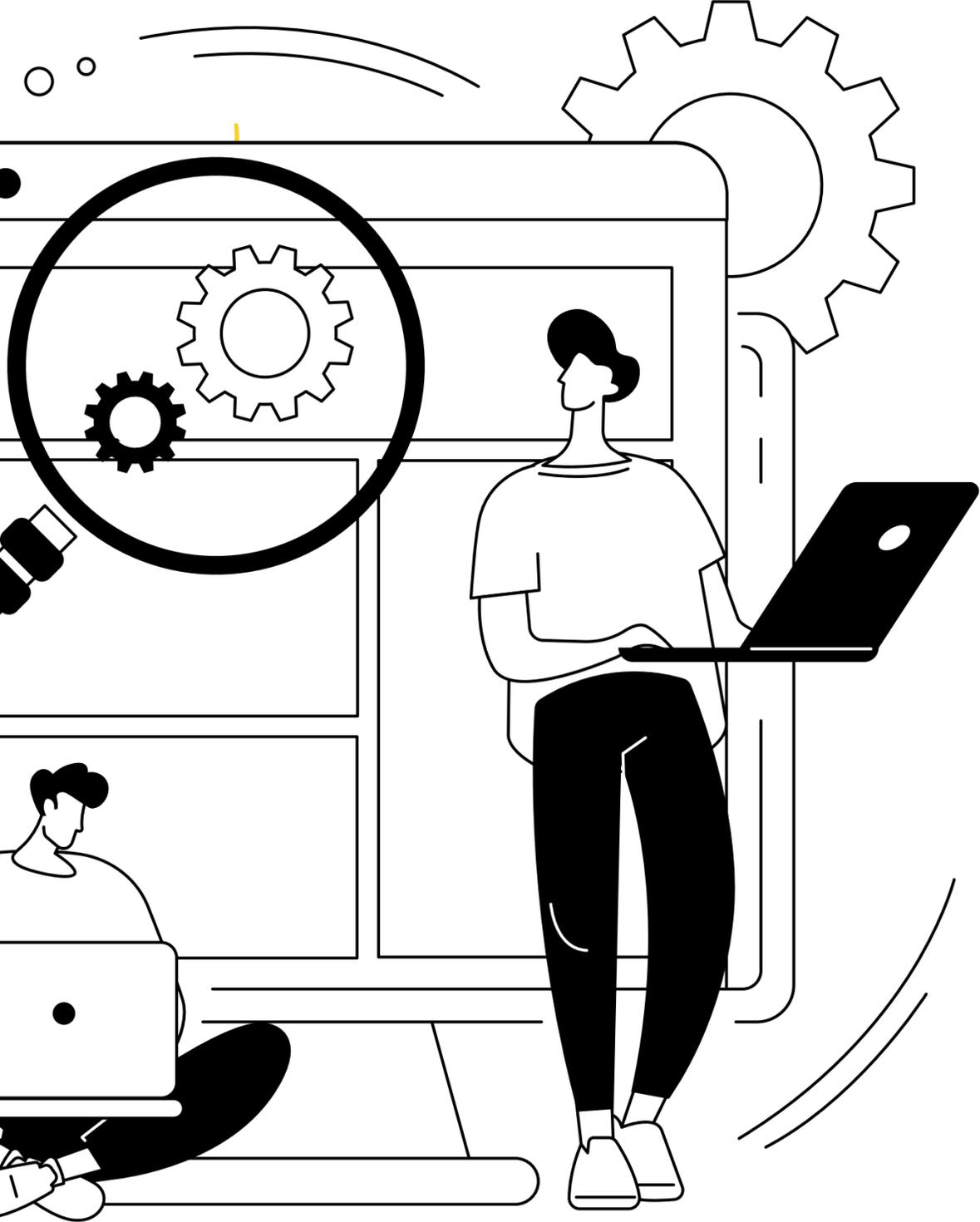


Une fois que vous avez défini la réponse à ces questions, il est important d'analyser vos concurrents pour proposer un contenu qui saura se démarquer et avec lequel vous serez à l'aise.

# QUELQUES EXEMPLES DE CONTENUS POUR VOTRE NEWSLETTER :

- **Promotions et offres spéciales** : proposez des offres exclusives à vos abonnés.
- **Jeux concours et quizz** : engagez votre audience et augmentez la participation.
- **Témoignages clients** : mettez en avant la satisfaction de vos clients et renforcez votre crédibilité.
- **Actualités et articles de blog** : partagez les dernières nouvelles de votre entreprise ou secteur d'activité.
- **Conseils et astuces** : proposez des contenus utiles et pratiques à votre audience.
- **Guides et ebooks** : offrez des contenus plus longs et approfondis sur des sujets spécifiques.
- **Interviews d'experts** : partagez les connaissances et les insights d'experts de votre domaine.
- **Sondages et questionnaires** : collectez des informations et des avis auprès de vos abonnés.
- **Vidéos et podcasts** : proposez des contenus multimédias pour enrichir votre newsletter.





# CONSEIL POUR CHOISIR LES BONS TYPES DE CONTENUS :

- PENSEZ À VOTRE AUDIENCE ET À SES BESOINS.
- VARIEZ LES FORMATS ET LES STYLES DE CONTENUS.
- MESUREZ LES PERFORMANCES DE VOS CONTENUS ET OPTIMISEZ-LES EN CONSÉQUENCE.

ET SURTOUT, SOYEZ CRÉATIFS ! VOUS VOUS ASSUREREZ AINSI DE PROPOSER UN CONTENU QUI FONCTIONNE ET PLAÎT À VOTRE AUDIENCE.

# DÉFINISSEZ LE TON DE VOTRE NEWSLETTER

DÈS LORS QUE VOUS CONNAÎTREZ BIEN VOTRE AUDIENCE, L'ENJEU SERA DE FAIRE EN SORTE QU'ELLE SOIT ÉGALEMENT ENGAGÉE. POUR CELA, LA QUALITÉ DE VOTRE CONTENU EST PRIMORDIALE. LE TON DE VOTRE NEWSLETTER DOIT ÊTRE COHÉRENT AVEC VOTRE IMAGE DE MARQUE. VOUS POUVEZ CHOISIR UN TON FORMEL OU INFORMEL, HUMORISTIQUE OU SÉRIEUX, ETC.

IL SERA AUSSI PERTINENT DE SOIGNER VOTRE INTRODUCTION, DE GÉNÉRER DE L'INTERACTION, DE TRAVAILLER VOTRE COPYWRITING ET DE PROPOSER UN DESIGN QUI FAVORISE LA LISIBILITÉ DE VOTRE EMAIL.





# STRUCTURE ET ORGANISATION

## CLARTÉ ET LISIBILITÉ

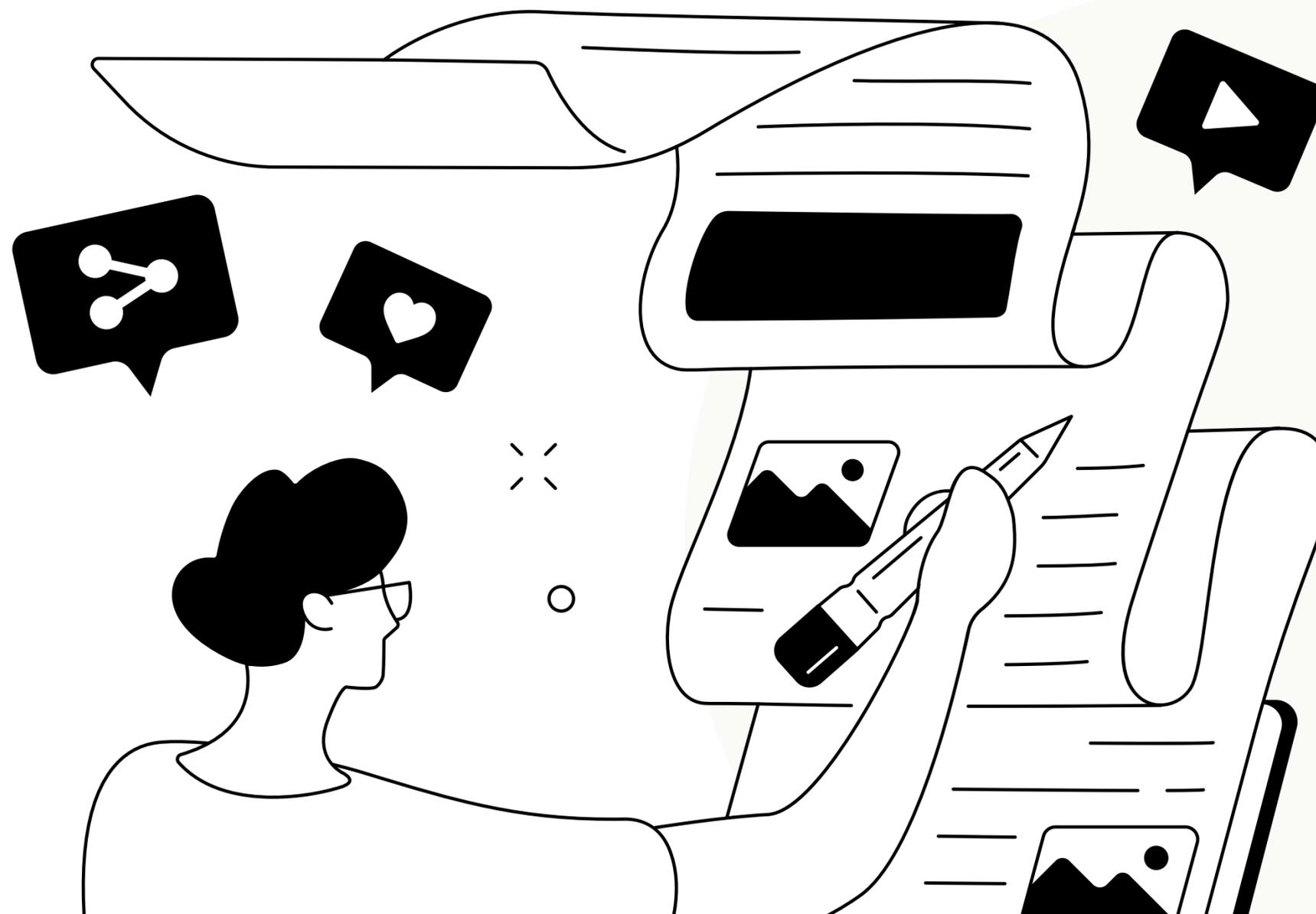
- DIVISEZ VOTRE NEWSLETTER EN SECTIONS DISTINCTES AVEC DES TITRES CLAIRS ET CONCIS.
- UTILISEZ UN FORMATAGE SIMPLE ET AÉRÉ POUR FACILITER LA LECTURE.

## HIÉRARCHISATION DE L'INFORMATION

- METTEZ EN AVANT LES INFORMATIONS LES PLUS IMPORTANTES EN UTILISANT DES TITRES, DES SOUS-TITRES ET DES PUCES.
- UTILISEZ UN STYLE VISUEL HIÉRARCHIQUE POUR GUIDER LE REGARD DU LECTEUR.



# CONTENU ET RÉDACTION



# LA RÈGLE DES TROIS

# 1

## L'ACCROCHE

VOISE À CAPTER L'ATTENTION DU LECTEUR DÈS LES PREMIÈRES LIGNES. UTILISER UN TITRE ACCROCHEUR, UN VISUEL IMPACTANT ET UN PARAGRAPHE INTRODUCTIF CONCIS ET PERCUTANT.

- **OBJECTIF** : DONNER ENVIE AU LECTEUR DE CONTINUER À LIRE.

# 2

## LE CORPS DE LA NEWSLETTER

ICI, ON DÉVELOPPE LE CONTENU PRINCIPAL EN PRÉSENTANT LES ARTICLES, LES OFFRES, LES ACTUALITÉS, ETC.

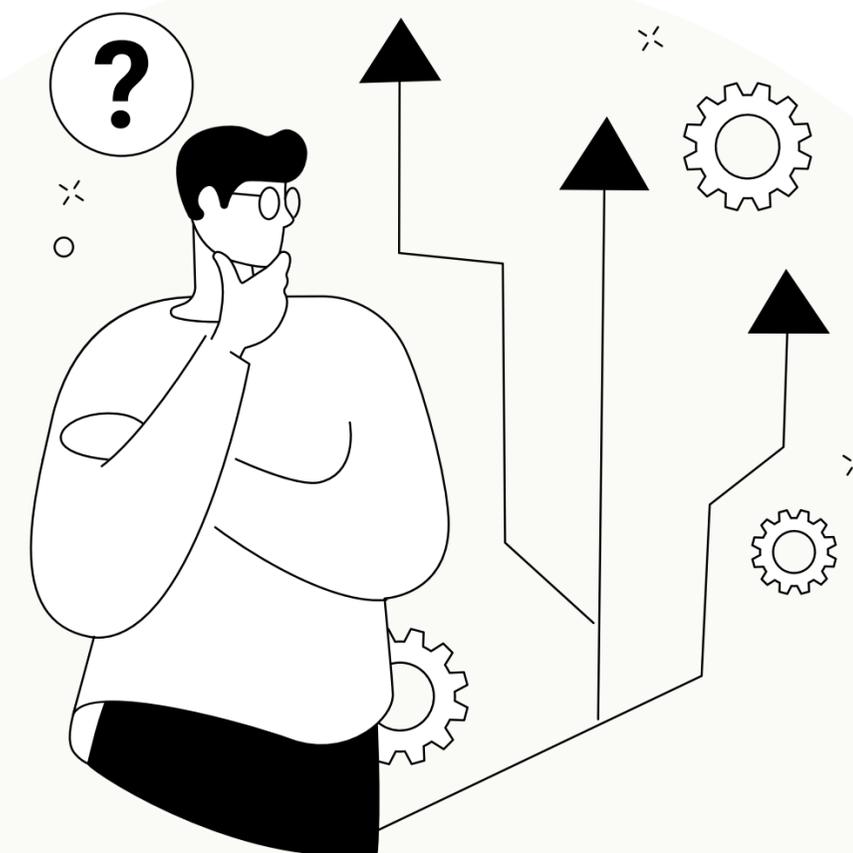
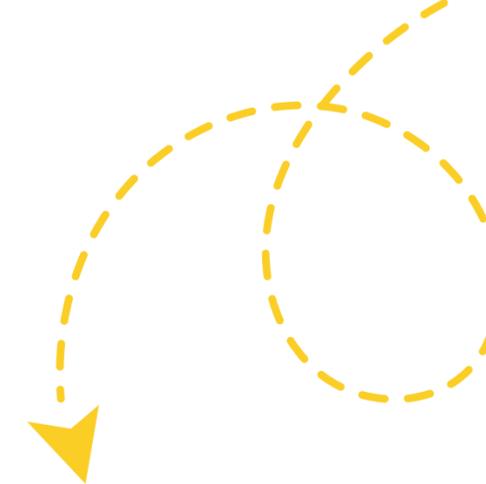
- **ASTUCE** : N'oubliez pas d'inclure des liens vers votre site internet ou vos réseaux sociaux pour inciter le lecteur à aller plus loin.

# 3

## L'APPEL À L'ACTION

CETTE SECTION VISE À INCITER LE LECTEUR À PASSER À L'ACTION. VOUS POUVEZ LUI PROPOSER DE LIRE UN ARTICLE ENTIER SUR VOTRE SITE, TÉLÉCHARGER UN EBOOK GRATUIT, PROFITER D'UNE OFFRE PROMOTIONNELLE, RÉSERVER SON SÉJOUR, RÉAGIR À UN SONDAGE, ETC.

- **CONSEIL** : L'APPEL À L'ACTION DOIT ÊTRE CLAIR, VISIBLE ET INCITATIF.



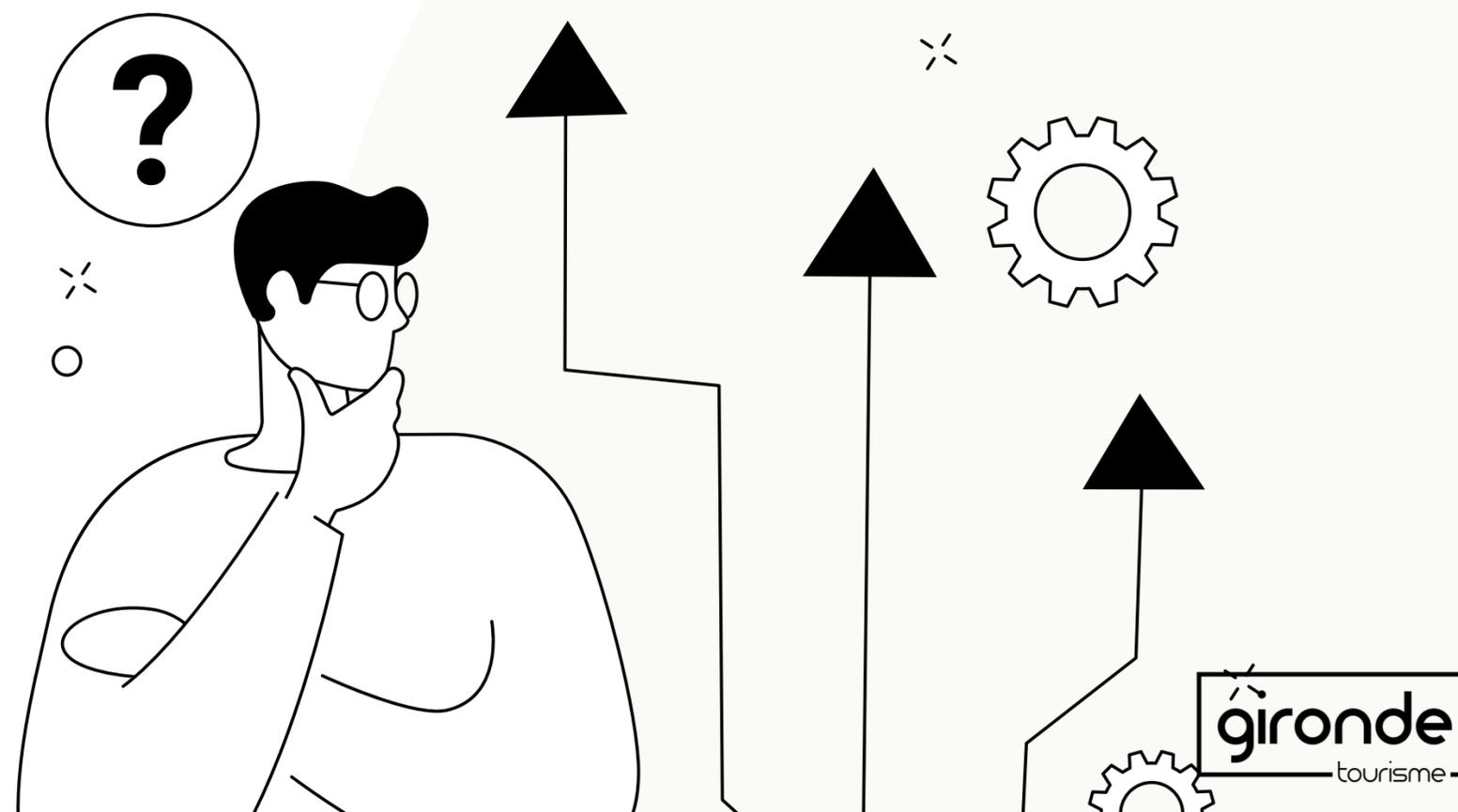
# PERTINENCE ET VALEUR AJOUTÉE

## PROPOSEZ DES CONTENUS PERTINENTS ET INTÉRESSANTS POUR VOTRE AUDIENCE

FOCALISATION SUR LES BÉNÉFICES : METTRE EN AVANT CE QUE LE PRODUIT OU SERVICE PEUT FAIRE POUR L'UTILISATEUR, PLUTÔT QUE DE SE CONCENTRER UNIQUEMENT SUR SES CARACTÉRISTIQUES.

## APPORTEZ UNE VALEUR AJOUTÉE EN PARTAGEANT DES INFORMATIONS UTILES, DES CONSEILS OU DES EXCLUSIVITÉS.

MISER SUR UN OBJET ACCROCHEUR DES TITRES QUI ÉVEILLEN LA CURIOSITÉ. VOUS POUVEZ AUSSI INCLURE DES TÉMOIGNAGES POUR MONTRER LA CRÉDIBILITÉ DE VOTRE OFFRE.



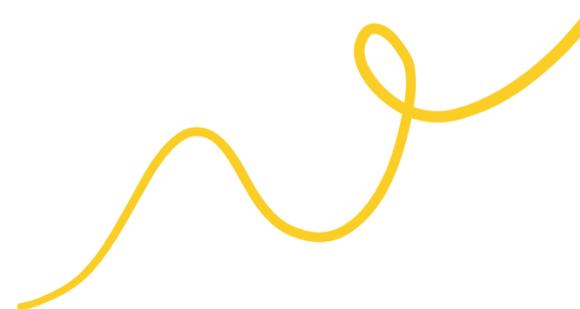
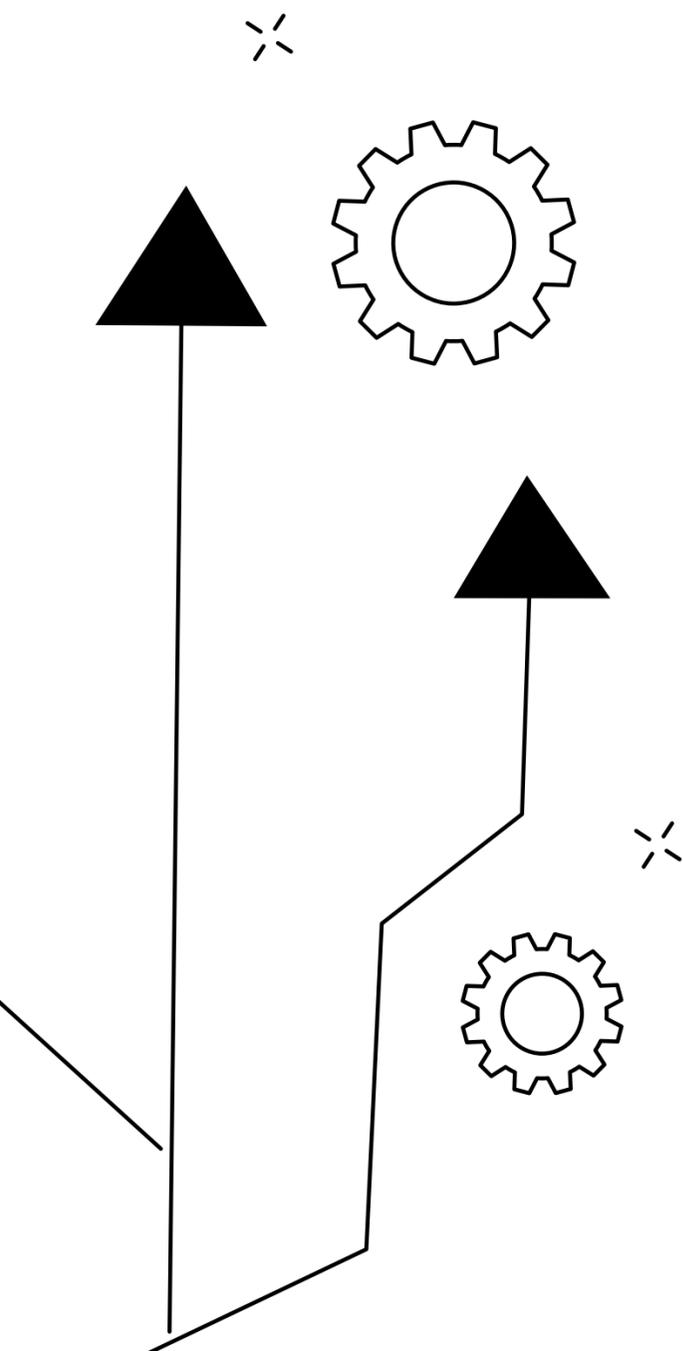
# TON ET STYLE ADAPTÉS



**ADOPTÉZ UN TON ET UN STYLE ADAPTÉS  
À VOTRE AUDIENCE ET À VOS OBJECTIFS.**

**UTILISEZ UN LANGAGE CLAIR, CONCIS ET PRÉCIS**

TOUT EN JOUANT AVEC LES TECHNIQUES DE STORYTELLING ET DE PERSONNALISATION (**RACONTER  
UNE HISTOIRE POUR CRÉER UNE CONNEXION ÉMOTIONNELLE**, PERSONNALISER LE MESSAGE EN  
FONCTION DU SEGMENT D'AUDIENCE, UTILISER LE PRÉNOM DU CLIENT, ETC.)



# DESIGN ET VISUEL SOIGNÉS

## IDENTITÉ VISUELLE COHÉRENTE

RESPECTEZ L'IDENTITÉ VISUELLE DE VOTRE MARQUE OU ORGANISATION, UTILISEZ DES COULEURS, DES POLICES ET DES IMAGES COHÉRENTES.

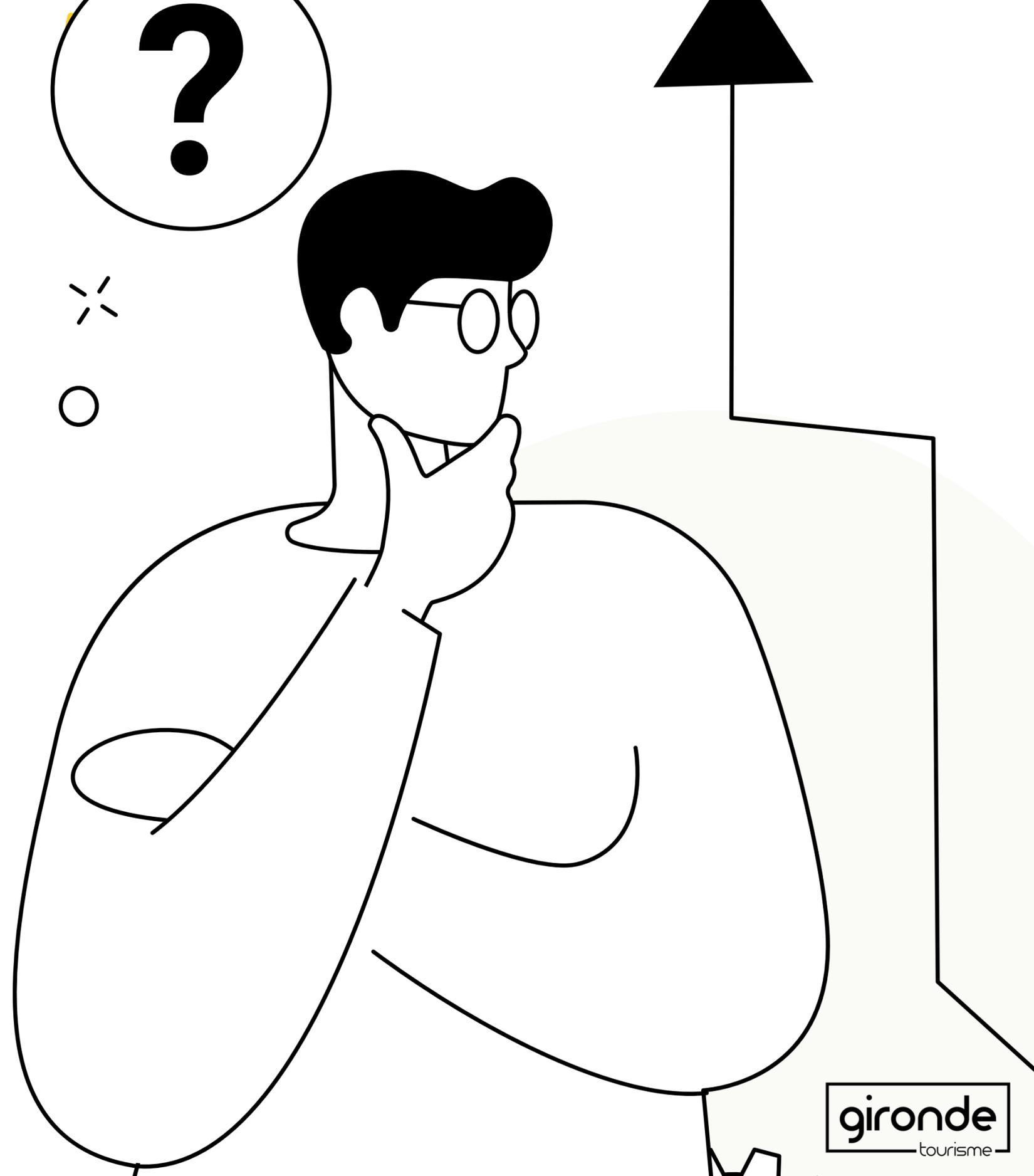
## SOBRIÉTÉ ET EFFICACITÉ

ÉVITEZ LES DESIGNS TROP CHARGÉS OU TROP COMPLEXES. PRIVILÉGIEZ UN DESIGN ÉPURÉ ET PROFESSIONNEL.

## RESPONSIVE DESIGN

ASSUREZ-VOUS QUE VOTRE NEWSLETTER S'AFFICHE CORRECTEMENT SUR TOUS LES APPAREILS (ORDINATEURS, TABLETTES, SMARTPHONES).

- **CONSEIL** : UTILISEZ UN DESIGN RESPONSIVE OU UN OUTIL D'EMAILING QUI PROPOSE CETTE FONCTIONNALITÉ.



# QUELQUES CONSEILS SUPPLÉMENTAIRES

## TESTEZ VOTRE NEWSLETTER AVANT DE L'ENVOYER :

VÉRIFIEZ L'AFFICHAGE SUR DIFFÉRENTS APPAREILS ET LOGICIELS DE MESSAGERIE, DEMANDEZ À DES AMIS OU DES COLLÈGUES DE TESTER ET DE VOUS DONNER LEUR AVIS.

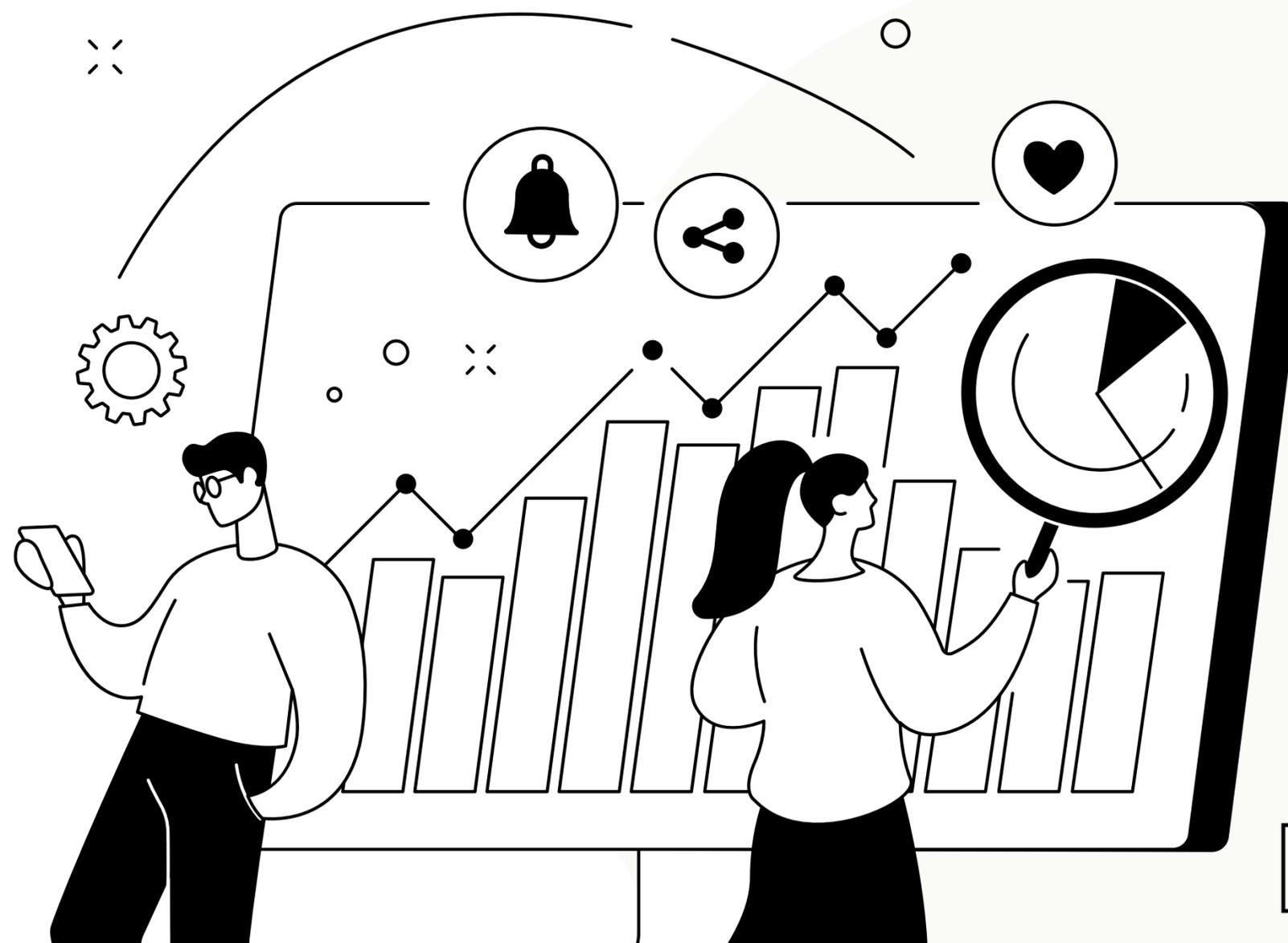
## MESUREZ LES PERFORMANCES DE VOS NEWSLETTERS

ANALYSEZ LES TAUX D'OUVERTURE, DE CLICS ET DE DÉSABONNEMENT PUIS, AJUSTEZ VOTRE CONTENU ET VOTRE DESIGN EN FONCTION DES RÉSULTATS.



# DÉFINISSEZ LA FRÉQUENCE D'ENVOI

LA FRÉQUENCE D'ENVOI DE VOTRE  
NEWSLETTER DÉPEND DE PLUSIEURS  
FACTEURS



# VOTRE AUDIENCE

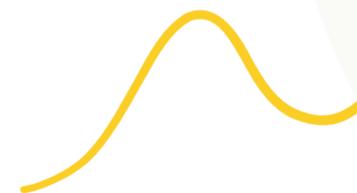


## LEUR RYTHME DE VIE

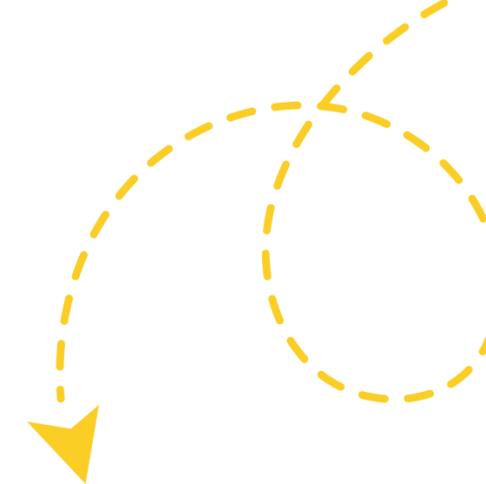
ENVOYER UNE NEWSLETTER QUOTIDIENNE À DES PERSONNES TRÈS OCCUPÉES PEUT LES INCITER À SE DÉSABONNER.

## LEUR INTÉRÊT POUR VOTRE CONTENU

SI VOTRE AUDIENCE EST TRÈS INTÉRESSÉE PAR VOTRE CONTENU, ELLE PEUT ACCEPTER UNE FRÉQUENCE D'ENVOI PLUS ÉLEVÉE.



# LE TYPE DE CONTENU



## ACTUALITÉS

UNE FRÉQUENCE D'ENVOI PLUS ÉLEVÉE PEUT ÊTRE NÉCESSAIRE POUR DIFFUSER DES INFORMATIONS EN TEMPS RÉEL.

## CONTENUS APPROFONDIS

UNE FRÉQUENCE D'ENVOI MOINS ÉLEVÉE PEUT ÊTRE SUFFISANTE SI VOUS PROPOSEZ DES CONTENUS PLUS LONGS ET PLUS COMPLETS.



# VOS OBJECTIFS

## FIDÉLISATION

UNE FRÉQUENCE D'ENVOI RÉGULIÈRE (HEBDOMADAIRE OU MENSUELLE) PERMET DE MAINTENIR LE CONTACT AVEC VOTRE AUDIENCE.

## PROMOTION

UNE FRÉQUENCE D'ENVOI PLUS ÉLEVÉE PEUT ÊTRE NÉCESSAIRE POUR UNE CAMPAGNE PROMOTIONNELLE PONCTUELLE.



# QUELQUES CONSEILS SUPPLÉMENTAIRES

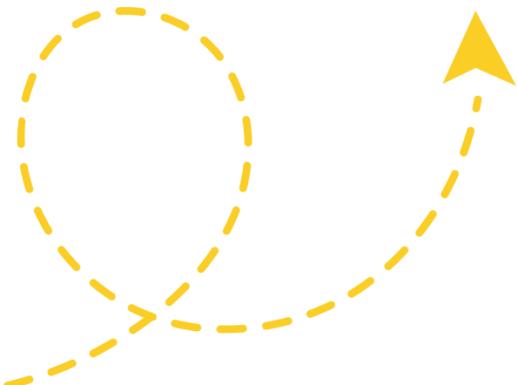
LA RÉGULARITÉ EST CLÉ. IL VAUT MIEUX PRIVILÉGIER LA QUALITÉ PLUTÔT QUE LA QUANTITÉ ET AINSI SE FIXER DES OBJECTIFS RÉALISTES ET TENABLES DANS LE TEMPS. À VOUS DE DÉFINIR VOTRE FRÉQUENCE D'ENVOI (COMMENCEZ PAR UNE FRÉQUENCE D'ENVOI MODÉRÉE, ANALYSEZ LA PERFORMANCE DE VOS NEWSLETTERS ET ADAPTEZ LA FRÉQUENCE EN FONCTION DES RÉSULTATS OBTENUS). LA FRÉQUENCE D'ENVOI D'UNE NEWSLETTER DÉPEND DE PLUSIEURS FACTEURS. IL EST IMPORTANT DE TROUVER UN ÉQUILIBRE ENTRE LE BESOIN DE RESTER EN CONTACT AVEC VOTRE AUDIENCE ET LE RISQUE DE LA LASSER.





# CHOISIR LE BON OUTIL D'EMAILING

CHOISIR UN OUTIL D'EMAILING PERFORMANT EST UN INVESTISSEMENT ESSENTIEL POUR RÉUSSIR VOS CAMPAGNES D'EMAILING ET ATTEINDRE VOS OBJECTIFS MARKETING, TOUT EN BÉNÉFICIANT DE NOMBREUX AVANTAGES.



# GAIN DE TEMPS ET EFFICACITÉ

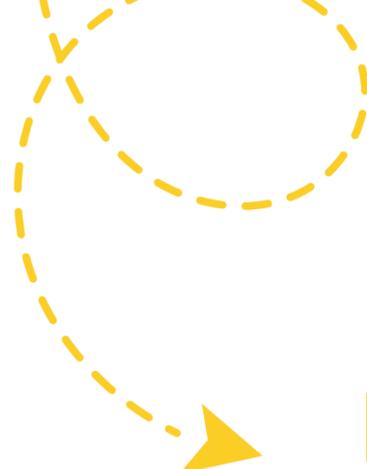
MODÈLES PRÉDÉFINIS ET ÉDITEUR INTUITIF  
AUTOMATISATION

# DESIGN PROFESSIONNEL ET IMPACT VISUEL

TEMPLATES RESPONSIVES  
ÉLÉMENTS VISUELS ET MULTIMÉDIAS

# COÛT ET RENTABILITÉ

FORMULES ET TARIFS ADAPTÉS À VOS BESOINS



# PERFORMANCES ET STATISTIQUES

SUIVI DES RÉSULTATS  
ANALYSEZ LES PERFORMANCES

# FONCTIONNALITÉS AVANCÉES

SEGMENTATION DE LA LISTE DE CONTACTS

# EXEMPLES D'OUTILS

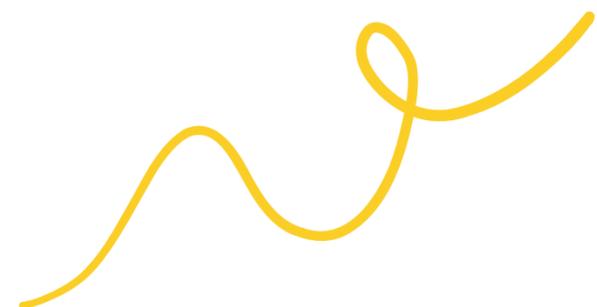


- **CAMPAGNES EMAILS** : ÉDITEUR DE NEWSLETTER ADAPTÉ AUX MOBILES
- **WHATSAPP ET SMS** : CONTACTEZ DIRECTEMENT VOS CLIENTS GRÂCE À DES MESSAGES WHATSAPP ET SMS CIBLÉ
- **CONTACTS** : GÉREZ ET SEGMENTEZ VOS CONTACTS POUR DES CAMPAGNES PARFAITEMENT CIBLÉES
- **AUTOMATION** : AUTOMATISEZ VOTRE MARKETING EN UTILISANT DES EMAILS, SMS, SUIVI DE SITE INTERNET ET PLUS
- **FACEBOOK ADS ET PUSH WEB** : AUGMENTEZ VOS VENTES ET VOTRE VISIBILITÉ AVEC LES PUBLICITÉS FACEBOOK ET PUSH WEB CIBLÉS

# NEWSLETTER : LA CHECKLIST POUR SE LANCER

VOUS VOULEZ CRÉER VOTRE NEWSLETTER MAIS NE SAVEZ PAS PAR OÙ COMMENCER? EN PLUS DES ÉLÉMENTS QUE NOUS VENONS DE VOUS PARTAGER, NOUS VOUS AVONS CONCOCTÉ UNE CHECKLIST POUR VOUS LANCER SEREINEMENT :

**MAIS SURTOUT, SOYEZ CRÉATIF, AMUSEZ-VOUS, PLUS L'EXERCICE SERA PLAISANT ET PLUS VOUS LE TIENDREZ SUR LA DURÉE.**



- **CHOISIR UN NOM :** VOTRE NOM D'ENTREPRISE OU UN NOM DÉDIÉ À LA NEWSLETTER
- **DÉFINIR VOS OBJECTIFS ET CIBLEZ VOTRE AUDIENCE**
- **CRÉER UNE LISTE D'ABONNÉS :**
  - 1) COLLECTEZ LES ADRESSES EMAIL DE VOS PROSPECTS ET CLIENTS VIA VOTRE SITE WEB, VOS RÉSEAUX SOCIAUX, ETC.
  - 2) PROPOSEZ UN CONTENU DE QUALITÉ POUR INCITER LES GENS À S'ABONNER À VOTRE NEWSLETTER.
  - 3) RESPECTEZ LES RÈGLES RGPD EN MATIÈRE DE COLLECTE ET D'UTILISATION DES DONNÉES PERSONNELLES.
- **CHOISIR VOTRE OUTIL D'EMAILING :** COMPAREZ LES DIFFÉRENTES PLATEFORMES ET CHOISISSEZ CELLE QUI CORRESPOND LE MIEUX À VOS BESOINS.
  - CONSEIL : ASSUREZ-VOUS QUE LA PLATEFORME CHOISIE EST CONFORME AUX EXIGENCES RGPD.
- **DÉFINIR LE DESIGN ET LA STRUCTURE DE VOTRE NEWSLETTER**
- **CRÉER DU CONTENU DE QUALITÉ**
- **MESUREZ LES PERFORMANCES DE VOTRE NEWSLETTER :** ANALYSEZ LES DONNÉES STATISTIQUES DE VOTRE NEWSLETTER POUR ADAPTER VOTRE CONTENU ET STRATÉGIE EN FONCTION DES RÉSULTATS.
- **TESTEZ ET OPTIMISEZ VOTRE NEWSLETTER EN CONTINU** POUR AMÉLIORER SES PERFORMANCES.
- **LES PETITS PLUS :** RÉDIGEZ UNE NEWSLETTER DE BIENVENUE, INVITEZ VOTRE CLIENT À VISITER VOTRE SITE, PARCOURIR VOTRE BOUTIQUE OU ACCÉDER À VOS RESSOURCES, DONNEZ LA POSSIBILITÉ DE VOUS SUIVRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, DONNEZ LA POSSIBILITÉ D'INVITER UN AMI, ETC.