

Café numérique

Créer une newsletter efficace
au Jardin des Lettres

Café numérique animé par Floriane Neveux, chargée de communication et promotion

SOMMAIRE

1. Tour de table
2. C'est quoi une bonne newsletter ?
3. Définir une stratégie et les cibles
4. Objectifs
5. Quelle place a votre newsletter dans votre stratégie éditoriale ?
6. Quelle est sa proposition de valeur ?
7. L'organisation pour créer votre newsletter
8. Plateformes d'emailing
9. Justement l'inscription à votre newsletter, parlons-en !
10. Les tendances
11. Le Copywriting ou l'art de vendre
12. Communiquer sa newsletter
13. Et moi, par rapport aux autres ça donne quoi ?

1 - TOUR DE TABLE

Qui êtes-vous ?

Que faites-vous ?

Utilisez-vous la newsletter ?

Est-ce utile à l'heure des réseaux sociaux ?

2 - C'est quoi une bonne newsletter ?

Séduction & fidélisation

J'ai envie (peut-être) de venir chez vous donc je m'informe

—————> **LOGIQUE DE SÉDUCTION**

Je vous connais, je suis déjà allée chez vous...

—————> **LOGIQUE DE FIDÉLISATION**

3 - Définir une stratégie

Entretenir un relationnel de qualité avec vos clients

- **Obtention de nouveaux contacts et futurs clients**
- **Augmentation du nombre de visiteurs de votre site Internet**
- **Qualité de votre image de marque**
- **Séduction et orientation pour relancer vos clients en leur proposant une attention particulière (promo, cadeau etc..)**
- **Le principe de la Newsletter est de l'automatiser avec un envoi régulier (mensuel, 4 fois par an...)**

4 - Quelle place a votre newsletter dans votre stratégie éditoriale ?

Est-elle simplement un relais de vos contenus déjà publiés sur votre site ?

A-t-elle une spécificité propre (y a-t-il des infos qui y figurent et qu'on ne retrouve nulle part ailleurs ?)

L'importance de son contenu ?

Faites-vous la évoluer régulièrement (fond & forme) ?

6 - L'organisation pour créer votre newsletter

Comment ça se passe chez vous ? Qui fait quoi, quand ?

Qui est en charge de sa rédaction, envoi, suivi des stat, etc ?

Quel est le ton adopté ? Quelle est sa ligne éditoriale ?

Quel type de verbes utiliser ou à bannir ?

Quel type de visuel ?

Quelle fréquence d'envoi ?

Quels indicateurs de suivi ?

L'outil et ses identifiants de connexion : **l'office de Tourisme et le Jardin des Lettres utilisent l'outil BREVO (Français et RGPD)**

Bonnes et mauvaises pratiques identifiées

Cibles

Disposer d'une base de données de vos clients, soit importer un fichier excel où seuls les mails sont extraits

Toutes les cibles sont importantes, **exemple des jeunes issus d'Instagram, on peut les conquérir avec la Saint Valentin**

Envoi d'une newsletter de Bienvenue et les inviter à s'inscrire

Sinon les solliciter par mail ou en ligne sur votre site internet ou par **QR Code comme le fait Christine du Jardin Le 51**

exemple à l'office de tourisme

au comptoir et en ligne sur le web



Newsletter

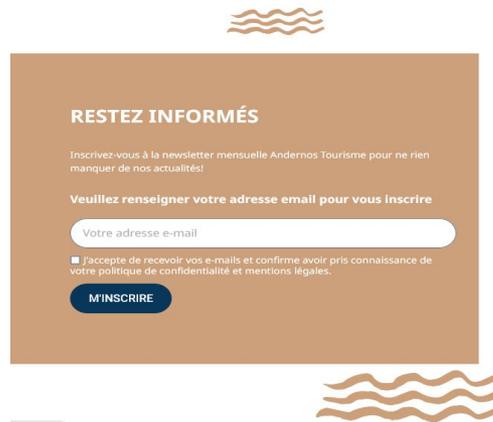
Recevez chaque mois les événements, idées sorties, articles de l'office de tourisme :

Nom : _____

Prénom : _____

Adresse mail : _____

J'accepte de recevoir des mails de la part de l'office de tourisme d'Andernos.





RESTEZ INFORMÉS

Inscrivez-vous à la newsletter mensuelle Andernos Tourisme pour ne rien manquer de nos actualités!

Veillez renseigner votre adresse email pour vous inscrire

Votre adresse e-mail

J'accepte de recevoir vos e-mails et confirme avoir pris connaissance de votre politique de confidentialité et mentions légales.

M'INSCRIRE



7 - Plateformes d'emailing



BREVO est en langue française, RGPD et Gratuit (si moins de 300 mails) sinon ce sera payant au-delà avec en plus les statistiques.

Accord demandé auprès des internautes exemple : j'accepte que mes coordonnées soient utilisées ou non

Possibilité de se désinscrire à tous moments

9 - Les tendances

Segmentation & possibilités

S'abonner

Et se désabonner simplement

L'envoi automatisé avec un email de Bienvenue à ceux qui s'inscrivent

→ **Cela donne une 1ère impression positive et incite à l' action**

Utiliser l'intelligence artificielle (IA) pour vos textes, photos...

5 - Quelle est sa proposition de valeur ?

Qu'en attendez-vous ?

Si je devez identifier sa valeur en une phrase, quelle serait-elle ?

exemple "des nouvelles du Jardin des Lettres"

Qu'en attendent vos lecteurs

exemple : des promos (- 30 %) , une gratuité, cadeaux etc...

exemple : avant séjour (recommandations, météo..) , après séjour (remerciements, fidélisation en proposant une promo pour leur prochaine résa, avis, ...)

Les tendances

Du texte, photos, gifs...et quelques liens externes

Texte clair avec beaucoup d'espaces

- **Contraste élevé et couleurs sobres**
- **Textes alternatifs pertinents pour les images**
- **Boutons et liens clairement reconnaissables**

Notre newsletter, c'est des bonnes idées et des petits plaisirs pour des week-ends 100 % Tarn.

Inscrivez-vous à la newsletter **Le Petit Espanté** et vous recevrez tous les mois des **bons plans** pour prendre la vie du côté Tarn, marquer une pause, et surtout prendre le temps.

Ça va déjà mieux pas vrai ?



Je m'inscris pour recevoir les bons plans du Petit Espanté :

Les champs suivis d'un (*) sont obligatoires

Email*

Nom*

Prénom*

Code postal*

Ville

Pays*

Je confirme mon inscription à la newsletter du Petit Espanté

Veillez résoudre cette opération pour confirmer votre demande/inscription

ENVOYER

Les informations recueillies sur ce formulaire sont enregistrées dans un fichier informatisé par Tarn Tourisme pour la gestion des inscriptions à notre newsletter. Elles sont conservées pendant trois ans maximum et sont destinées au service marketing uniquement pour la diffusion de notre newsletter. Pour plus d'informations, veuillez lire notre [Politique de confidentialité](#)

10 - Le copywriting ou l'art d'écrire pour vendre

Le copywriting consiste à rédiger des textes persuasifs pour captiver le lecteur et l'inciter à entreprendre une action (réservation, achat, demande d'information).

C'est différent de la rédaction SEO, qui est d'optimiser votre référencement naturel. Là, votre objectif, c'est le clic du client.

Le copywriting ou l'art d'écrire pour vendre

AIDA : Attention / Intérêt / Désir / Action

A pour **Attention** : capter l'attention de la personne – Titre, gif, photo...

I pour **Intérêt** : susciter l'intérêt avec une promesse, des faits,... – Informations clés, surprenantes,...

D pour **Désir** : faire naître le désir en jouant sur les émotions – Bénéfices, la valeur,...

A pour **Action** : inciter à passer à l'action – Bouton avec une action à faire (je réserve,...)

11 - Communiquer sa newsletter

Est-ce que je peux m'y inscrire depuis Instagram ?

Est-ce que vos fans / abonnés Facebook/Instagram savent que vous en avez une ?

Communiquez-vous sur votre newsletter ?

12 - Et moi, par rapport aux autres, ça donne quoi ?

Inscrivez-vous à des newsletters, et pas uniquement des newsletters du tourisme

Identifiez des bonnes pratiques : visuels, boutons d'actions, objet de l'email,...

Est-ce que ma newsletter donne envie de cliquer ?