

# CONCEVOIR ET RÉALISER DES MAILINGS ET E-MAILINGS

COMMUNICATION  
ÉCRITE

## Comment augmenter l'impact de mes actions de communication

À l'issue de cette formation, mon  
mailing était prêt à être expédié.

Mélissa (assistante commerciale)



2 jours soit 14 heures



8 personnes maximum



Formation intra

## PUBLIC

- Assistant(e)s commercial(e)s, marketing.
- Toute personne en situation de produire et diffuser de l'information clients/prospects.

## OBJECTIFS

À l'issue de la formation,  
les participants auront :

- Identifié les attributs et le rôle d'un mailing et d'un e-mailing ;
- Découvert et testé les outils et méthodes des professionnels du métier ;
- Conçu et réalisé des modèles adaptés à leurs actions.

## MÉTHODE

- Alternance d'exposés théoriques et de nombreuses mises en situation.
- Ateliers de rédaction et de mise en page de mailings personnalisés.
- Remise aux participants d'un livret-document de synthèse de toutes les phases travaillées pendant la session.

## PREVOIR

- Un ordinateur portable.
- Supports déjà réalisés par le stagiaire.



Réf. MARK

## PROGRAMME

### Concevoir les messages

- Pour informer ? Faire connaître ? Obtenir des renseignements ? Vendre des prestations ?
- Toujours se mettre à la place du récepteur-destinataire.
- Les composants d'un mailing : enveloppe, lettre, coupon-réponse, enveloppe réponse...
- Le rétro-planning.

### L'écriture d'un mailing

- La séance de créativité et d'idéation.
- Les mots pour écrire un mailing, leur place dans la phrase : le vocabulaire; les 3 C; les phrases; le style; les verbes précis.
- L'empathie.
- La Programmation Neuro-Linguistique appliquée à un mailing.
- Connaître et appliquer la méthode des centres d'intérêt.
- Le circuit de lecture.
- Les 3 cas de destinataires ; Anticiper les questions du récepteur et y répondre.
- Le P.S. ; le P.P.S.
- La signature : forme, couleur, emplacement...

### Présenter un mailing

- D'abord plaire puis convaincre et faire agir.
- La mise en page, sésame de réussite : marges, blancs, espaces... L'importance de l'enveloppe.
- Le papier – La typographie.
- 10 secrets des pros du mailing.
- Le coupon-réponse (fond et forme).
- Check-list pour tester son mailing.
- Les règles spécifiques à l'envoi par e-mailing.

### Particularités de l'e-mailing

- Fond et forme.
- Un outil de communication à la portée de toute entreprise, quelle que soit sa taille.
- Très peu coûteux, il n'en exige pas moins un soin et des techniques professionnels.
- Les erreurs à éviter.

### La distribution du mailing ou e-mailing

- Les délais, les jours, les saisons...
- La législation.
- Analyser : coûts ; remontées.