

Intitulé de la formation Réussir ses campagnes e-mailing

Domaine Entreprise digitale

Version 02/2026

Éligible CPF Non ☒ Oui ☐



Objectifs

Objectif de la formation

- Concevoir, diffuser et analyser une campagne d'e-mailing professionnelle via l'outil Brevo, dans le respect des bonnes pratiques de communication et de la réglementation RGPD.

Objectifs pédagogiques (Être capable de...)

- Créer un compte Brevo et utiliser l'interface pour gérer ses listes de contacts et ses campagnes.
- Connaître les outils pour concevoir une newsletter visuelle, engageante et cohérente avec l'identité de l'entreprise.
- Savoir analyser les résultats d'une campagne et ajuster sa stratégie pour améliorer les performances



Durée : 1j de formation
soit **7h par stagiaire**

Modalité : Présentiel

Effectif : De 1 à 8 personnes



Accessibilité Pour les personnes en situation de handicap, en amont de la formation, nous contacter afin de déterminer les aménagements à adapter.



Public concerné

- Dirigeants, responsables communication, community managers, chargés de marketing ou toute personne souhaitant structurer et piloter la communication digitale de son entreprise.



Prérequis et niveau d'entrée

- Aucun



Moyens et méthodes pédagogiques

- En début de formation, le formateur validera les attentes de chaque bénéficiaire pour une adaptation éventuelle.
- Apports théoriques
- Supports de formation illustrés et cas concrets issus d'entreprises (PME/TPE locales).
- Démonstrations en direct et ateliers collaboratifs.
- Échanges collectifs et feedbacks personnalisés.



Évaluation

De la satisfaction du module par le stagiaire

- Questionnaire écrit

Des acquis du stagiaire

Type d'évaluation :

- QCM

Barème d'évaluation :

- Acquis (plus de 80% de réponses exactes)
- En cours d'acquisition (de 50 à 79%)
- À consolider (moins de 50% de réponses exactes)



Qualité et profil de l'animateur

- Animateur spécialisé intervenant pour le compte de CAMPUS XII^e AVENUE



Sanction de la formation

- Attestation individuelle d'assiduité et de fin de formation



Contenu de formation

½ JOURNÉE N°1

PRENDRE EN MAIN L'OUTIL BREVO ET CONCEVOIR UNE PREMIERE NEWSLETTER

Connaissances

- **Compréhension du rôle stratégique de la newsletter dans la communication digitale.**
Identifier les objectifs possibles : fidélisation, promotion, trafic, notoriété. Comprendre la différence entre newsletter et e-mail commercial.
- **Création et configuration de son compte Brevo.**
Découvrir l'interface (Campagnes, Contacts, Templates, Statistiques). Paramétrer l'expéditeur, le nom d'envoi, la signature et les domaines d'expédition pour assurer la délivrabilité.
- **Importation et segmentation de ses contacts.**
Créer des listes, ajouter des champs personnalisés, segmenter selon les comportements (clics, ouvertures, profil client). Comprendre les bonnes pratiques RGPD : consentement, désinscription, protection des données.
- **Conception d'un template de newsletter professionnel.**
Découvrir l'éditeur Drag & Drop de Brevo. Utiliser les blocs (texte, image, bouton, lien, réseau social). Intégrer les éléments de la charte graphique (logo, couleurs, typographies).
- **Rédaction d'un contenu attractif à l'aide de l'IA.**
Rédiger un objet d'e-mail percutant, un texte court et incitatif. Utiliser le storytelling, les appels à l'action (CTA) et l'équilibre texte/visuel pour maximiser le taux de clics.

Exercices Pratiques

- **Création d'un compte Brevo et import des contacts.**
Chaque participant configure son espace, ajoute une première liste de contacts et définit les champs de personnalisation.
- **Conception d'un modèle de newsletter.**
Réalisation d'une première maquette (en-tête, image principale, texte, bouton) aux couleurs de l'entreprise.

½ JOURNEE N°2

DIFFUSER ET ANALYSER SES CAMPAGNES

Connaissances

- **Paramétrage d'une campagne d'e-mailing.**
Définir l'objet, le nom de l'expéditeur, les destinataires, la date et l'heure d'envoi.
- **Programmation et envoi de sa newsletter.**
Vérifier l'affichage sur mobile et ordinateur. Réaliser un test d'envoi, vérifier la délivrabilité et éviter les filtres anti-spam.
- **Analyse des performances d'une campagne.**
Lire les indicateurs clés : taux d'ouverture, taux de clics, taux de désinscription, taux de rebond. Identifier les points d'amélioration (heure d'envoi, objet, visuel).
- **Réutilisation et optimisation de ses campagnes.**
Cloner des modèles performants, relancer une audience non engagée, segmenter les abonnés selon leurs interactions.
- **Création d'une stratégie de newsletters régulières.**
Déterminer la fréquence idéale (hebdo, mensuelle, trimestrielle), les thématiques récurrentes et les temps forts à intégrer (nouveau, événements, offres).

Exercices Pratiques

- **Création et envoi d'une campagne test.**
Chaque participant configure une newsletter complète et la programme pour un envoi test à une liste fictive.

- **Analyse de la performance.**
Lecture d'un rapport de campagne (réel ou exemple fourni), identification des KPI et propositions d'optimisations collectives.
- **Fin de journée (30 minutes) – Évaluation et synthèse**
- **QCM de validation des acquis.**
Questions sur l'interface, la création, l'envoi et l'analyse d'une newsletter.
- **Retour d'expérience collectif.**
Partage des créations, difficultés rencontrées et premières idées de campagnes à déployer dès le retour en entreprise.

Contact formation

Lionel DÉLÉRIS – 05 65 75 56 99 – l.deleris@campus12avenue.fr
 Anne JEANJEAN – 05 65 59 59 03 – a.jeanjean@campus12avenue.fr
 Céline LONGUET – 05 65 75 56 77 – c.longuet@campus12avenue.fr
 Chrystelle PERROT – 05 65 75 56 64 – c.perrot@campus12avenue.fr

Grands-comptes
 Secteur du Sud Aveyron
 Secteur du Nord et centre Aveyron
 Secteur Ouest Aveyron

