

Créer efficacement des emails marketing responsive

Cours Pratique de 2 jours

Réf : RPD - Prix 2021 : 1 460€ HT

L'e-mailing Responsive devient incontournable : en moyenne, une personne regarde plus de cent fois son téléphone par jour et la moitié des emails sont ouverts depuis un terminal mobile. Ce stage vous apprendra à créer un design Responsive de vos emails et newsletters, quels que soient les outils de routage utilisés.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Cerner les enjeux de la mobilité et du Responsive Web Design

Connaître les limites du Responsive Design et ses alternatives

Créer un e-mail optimisé pour les supports mobiles

TRAVAUX PRATIQUES

Alternance d'apports théoriques, d'illustrations et d'exercices sur poste individuel. Création d'un gabarit HTML sur support mobile et phase de test.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 08/2018

1) Comprendre le principe du Responsive Web Design (RWD)

- Besoins utilisateurs à satisfaire.
- Différents usages mobile/desktop.
- Statistiques par navigateur et par plateforme.
- Navigateurs haut et bas de gamme.
- Contraintes de mises à jour.

Echanges : Avantages et inconvénients du RWD.

2) Cerner les enjeux de la mobilité

- Chiffres et tendances de l'email mobile.
- Risques d'une stratégie non optimisée pour mobile.
- Bonnes pratiques.

Echanges : Lister les arguments pour mettre en place une stratégie pour mobile.

3) Choisir les bons points de rupture

- Media Queries CSS3.
- Unités CSS à utiliser.
- Les points de rupture en JavaScript Mobile First.
- Notion d'amélioration progressive.
- Option de recentrage sur les contenus.
- Méthodes de développement.

Etude de cas : Réflexion à partir d'un cas sur les points de rupture utilisés.

4) Maîtriser les techniques de base de codage d'un emailing

- Architecture d'un message : tableaux HTML, styles intégrés.
- Liste des propriétés CSS compatibles.

FINANCEMENT

Ce cours est éligible au CPF.

PARTICIPANTS

Toute personne réalisant des newsletters et/ou des e-mailings.

PRÉREQUIS

Maîtrise de base des outils de conception d'e-mails, notamment Dreamweaver et Photoshop.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers différents moyens (QCM, mise en situation, quiz...). Le stagiaire évalue sa progression et ses acquis à l'issue de la formation.

L'intervenant valide la progression pédagogique du stagiaire et précise les outils utilisés pour la validation des acquis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Principaux bugs de rendu et solutions.

Exemple : Panorama des techniques d'encodage.

5) Connaître les préalables à une optimisation mobile

- Techniques de conception d'un email mobile.
- Analyse et optimisation de sa stratégie de contenu : charte éditoriale, contraintes graphiques.

Etude de cas : En groupe, définir les éléments pour une optimisation mobile.

6) Découvrir les trois approches pour une stratégie email mobile

- Fonctionnement du marquage des liens des campagnes emails.
- Adaptation simplifiée.
- Notions de "fluide" et "scalable", "adaptatif" ou "Responsive".
- Spécificités en fonction des clients de messagerie.

Echanges : Les différentes solutions d'optimisation.

7) Concevoir un email Responsive

- Intégration des Media Queries.
- Codage des tableaux HTML.
- Gestion des caractères et des blocs de textes.
- Nouveaux enjeux de l'intégration CSS pour e-mail.
- Amélioration progressive avec CSS3.

Travaux pratiques : Création d'un gabarit HTML adapté aux supports mobiles. Réalisation des tests : rendu visuel multi-supports et terminaux.

LES DATES

Nous contacter