CRÉER UNE NEWSLETTER ORIGINALE, PERTINENTE ET ENGAGEANTE

Cyrille FRANK

Directeur ESJ PRO media

Formation continue pour
journalistes, producteurs
de contenus, métiers des médias

Site : esj-pro.fr
Blog : mediaculture.fr
Newsletter : esjpro.substack.com

Email : cyrille.frank@esj-pro.fr

Social Media

@cyceron

Cyrille Frank

Cyrille Frank

Programme

1. Concevoir sa newsletter en l'adaptant à son public
2. Définir un posionnement original par rapport à la concurrence
3. Résoudre les questions de base : choix du style, densité de l'information, périodicité…
4. Choisir les outils
5. Créer un process et suivi statistique

1. Définir son public

Il est crucial de savoir

à qui

l'on souhaite s'adresser

en priorité

vouloir plaire à tous c'est se condamner à ne parler à personne

Un coeur de cible plus ou moins large

Jeunes actifs 25-35 ans
Etudiants 18-26 ans
Ados 13-17 ans
Seniors actifs +50 ans
Amateurs éclairés de vins (+40 ans)
Conseillers banque et assurance du groupe

Mais attention aux cibles floues

Qui touchent des publics très différents

Ex : hommes et femmes urbains de 18-45 ans

Rédiger des personas

Sexe, âge, profil, mode de vie et surtout attentes éditoriales : quels sujets concernent chacun, quel type de contenus (courts, longs, video, texte…)

- **Ceci permettra de proposer des angles précis, voire des niches, ex Royal Roundup (actu familles royales). The hate tracking e-mail (nationalists, anti-tout, trolls…)**

Welcome to our fourth installment of HuffPost's Royal Roundup. After spending our New Year's Eve eating porno vodka on the couch we're more than a little jealous of Prince Harry and Meghan Markles romantic New Year's getaway

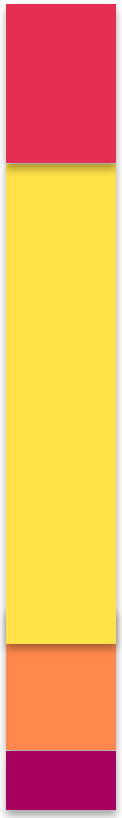
The couple jetted off to the French Riviera – in economy class, so less! – to ring in the new year in style. Meanwhile, news broke this week that the royals' wedding plans will buck tradition in some pretty major ways. And if you're growing impatient for another glimpse at Harry and Meghan, you won't have long to wait: The pair is scheduled to visit a youth radio station in London next week.

HUFFPOST

Welcome to 2018 and to HuffPost's revamped newsletter about hate and extremism in America! Every week, reporters Luke O'Brien and Christopher Mathias will bring you news and insight from the dark corners of our increasingly polarized political system. From resurgent white nationalists and anti-government militia to social media propagandists and internet trolls, we'll cover characters and conversations from around the lunatic fringe. We'll also look at the far left anti-fascist groups that battle the far right online and in the streets.

The warning signs were there.

- **Ou cela permettra de définir la bonne recette éditoriale plus généraliste, le bon dosage d'ingrédients. Ex : pour une newsletter de communication interne :**



Quiz, cartoon, photos décalées de l'entreprise (insolites)

Valorisation des salariés, des services : mise en lumière des réalisations, des entrées et sorties, portraits, intiatives personnelles…

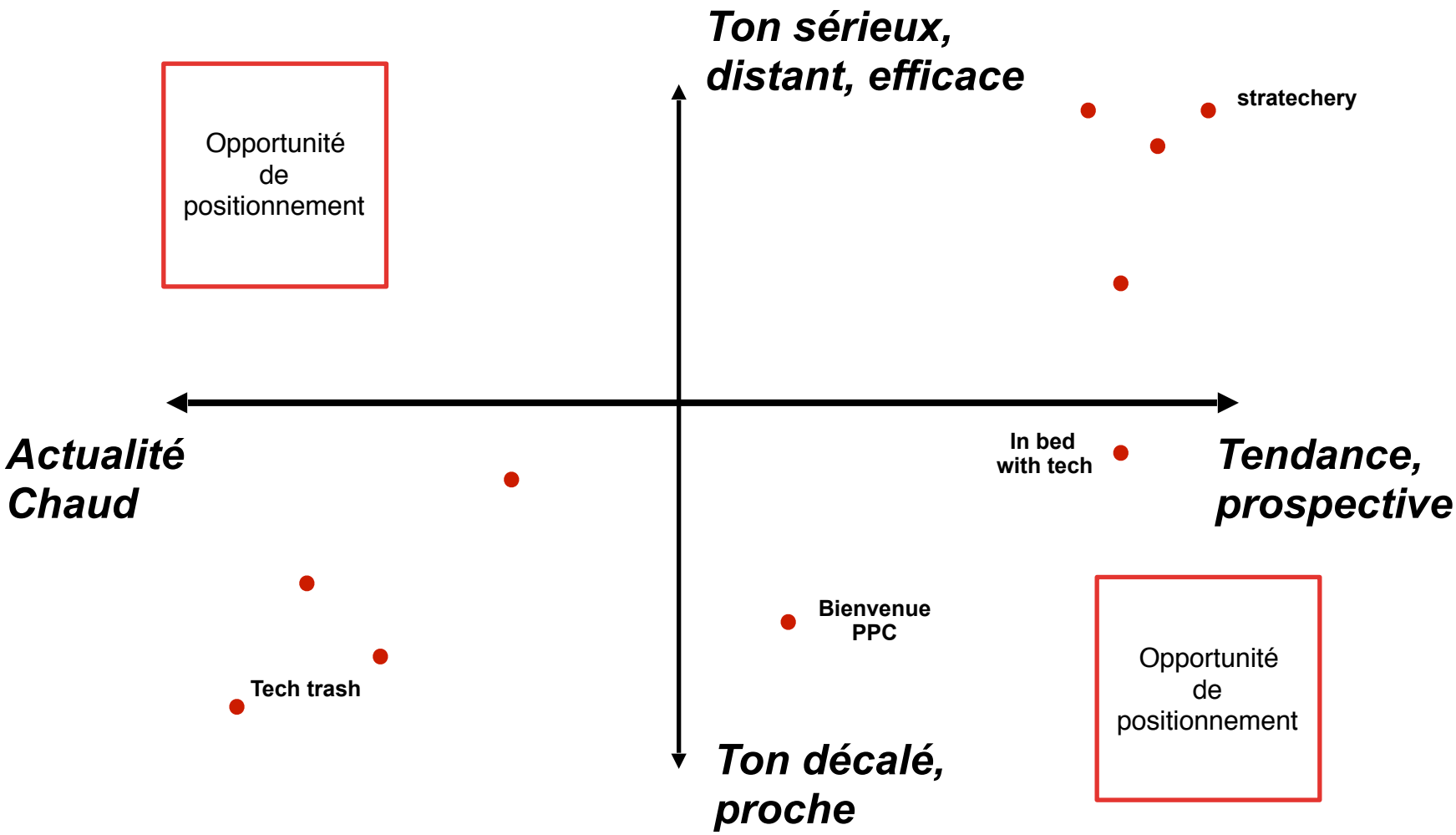
Tendances, actu business et résultats de l'entreprise

Outils, trucs et astuces pro

2. Analyser la concurrence

- **Regarder l'offre existante permet d'une part de se démarquer, et de s'inspirer aussi des bonnes idées, avec un meilleur mix, si possible.**

- **Utiliser un mapping pour voir où se trouve le créneau pour se distinguer**



- **Réaliser un comparatif de ses principaux concurrents Qualité des infos, de l'analyse, style, ton, design, photos, périodicité, efficacité (densité), interaction, vitesse…**

3. Définir son produit éditorial

1

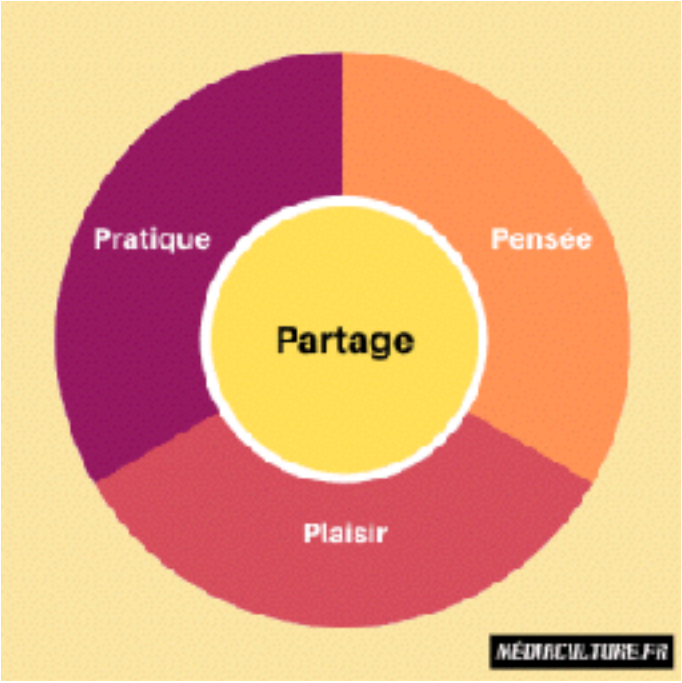
Trouver un positionnement éditorial original et pertinent

contenus

QUI RENDENT SERVICE AUX LECTEURS !

- **Un équilibre entre des besoins différents = recette unique qui aura bon ou mauvais goût selon les publics**

1. Pratique
2. Plaisir
3. Pensée
4. Partage



- **Un contenu à la fois pratique et plaisir (le shopping), qui va permettre de se socialiser (partage de bons plans)**

Plaisir

Partage

Pratique

Pensée

Un petit déjeuner qui déboîte, servi dans un ancien atelier de gravure.
Un podcast qui va vous scotcher, plus que la meilleure série Netflix.
Un spritz qui se dandine, sous une verrière d'hiver.
Leur point commun ? Ils se savourent encore mieux aujourd'hui, quand le ciel est gris.
Ensuite ? Vous les trouverez tous là.

- **Un contenu amusant qui enrichit par la bande et qui alimente la conversation**

Plaisir

Partage

Pensée

Pratique

TechTrash

Prêts à perdre 5mn ?

Allez hop on partage sur Twitter #Pasbesoindelire #Pasdetempsàperdre

Tout d'abord...

- **Un contenu amusant qui enrichit, ouvre l'esprit, alimente la curiosité et socialise évidemment**

Plaisir

Partage

Pensée

Pratique

- **Un contenu pédagogique qui instruit vite. A la fois pratique (scolaires, étudiants, pro) et de compréhension du monde.**

Plaisir

Partage

Pensée

Pratique

brief.me

Vendredi 8 janvier 2021

Dans Brief.me aujourd'hui, les nouvelles conditions d'utilisaton de WhatsApp, Elon Musk en tête des plus grandes fortunes et l'ambiance sonore des phoques.

Nous sommes heureux de vous offrir Brief.me pendant deux semaines afin de vous permettre de redécouvrir notre service qui explique et met en perspective l'actualité. Vous pouvez nous faire part de vos remarques, critiques ou suggestions en répondant à cet e-mail. Bonne lecture !

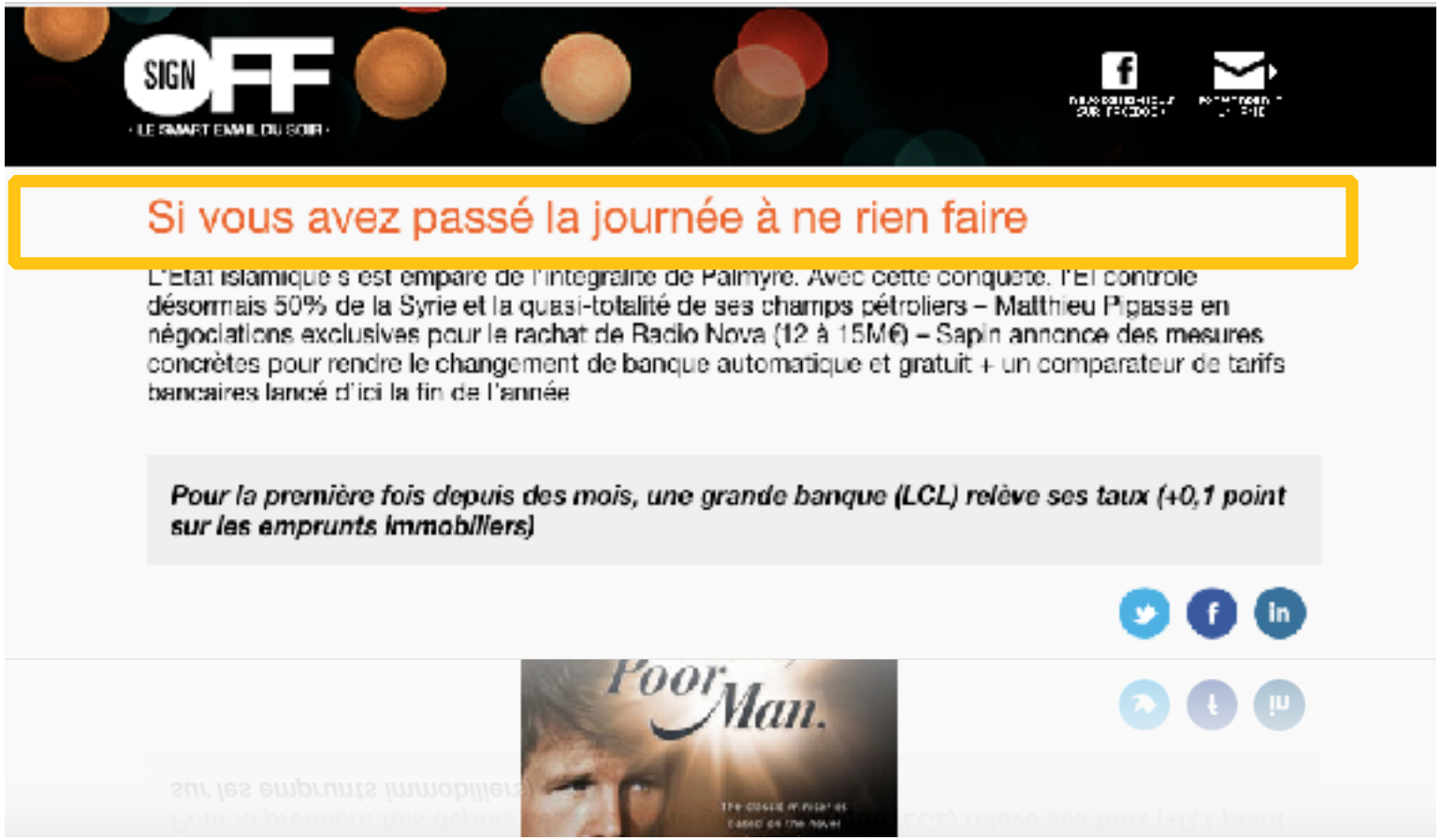
ON REMBOBINE

ÉTATS-UNIS Dans une vidéo publiée ce matin sur son compte Twitter, le président des États-Unis, **Donald Trump, a assuré vouloir désormais assurer une transition « sans accroc » du pouvoir** à Joe Biden d'ici le 20 janvier. Il a condamné l'intrusion de ses partisans dans le Capitole, le siège du Congrès, mercredi. Le chef de la police du Capitole a présenté sa démission hier soir. Cette force de police a annoncé qu'un de ses membres était mort hier soir après avoir été blessé pendant l'assaut.

2

Adopter un ton original et engageant

- **Nom décalé des rubriques**
- **Clin d'oeil à l'actualité**
- **Infos sérisues par ailleurs**



- **Dérision et sarcasme**
- **Contre-pied anti « start-up nation »**
- **Actu techno sérieuse, au passage**

Si cette newsletter ne s'affiche pas correctement, il suffit de cliquer ici !

TechTrash

Prêts à perdre 5mn ?

Allez hop on partage sur Twitter #Pasbesoindelire #Pasdetempsàperdre

Tout d'abord…

La bullshit-quote du jour

« Travailler en mode phygital, c'est être ATAWAD »

Dans un récent billet relayé par le HuffPost, **Isabelle Barth** ne mâche pas ses mots : « ***2021 sera l'année du travail en mode phygital*** ». Et toc. L'annonce est cinglante, et pour ceux qui n'auraient pas bien compris la subtilité de ce savoureux mot-valise, la **professeure des Universités n'hésite pas à enfoncer le clou** : « *L'enjeu n'est pas de réfléchir en silos avec d'un côté la reconfiguration des structures physiques, et de l'autre le réaménagement de la gestion du temps ou des activités, mais bien de penser "global"*. ». C'est tout de suite bien plus clair.

Qu'à cela ne tienne : **réjouissons-nous** ! Selon les mots de la chercheuse en sciences du management, **c'est une véritable « révolution » qui nous attend** – et, coup de bol, elle est là pour nous montrer la voie. Rappelons d'ailleurs que quand elle ne disserte pas sur les « *6 règles de Kim*

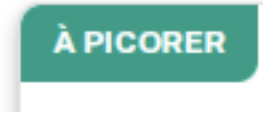
MY LITTLE PARIS

- **Ton proche mais pas familier**
- **Belles photos**
- **Illustrations jolies et drôles**

Un petit déjeuner qui déboîte, servi dans un ancien atelier de gravure.
Un podcast qui va vous scotcher, plus que la meilleure série Netflix.
Un spritz qui se dandine, sous une verrière d'hiver.
Leur point commun ? Ils se savourent encore mieux aujourd'hui, quand le ciel est gris.
Ensuite ? Vous les trouverez tous là.

- **Le ton passe aussi par le choix des noms de rubrique qui peut être créatif et léger, tout en étant assez clair**

- **Une explication, un contenu pédago**



- **Des infos diverses, insolites, curieuses, surprenantes en deux lignes maximum**

- **Un sujet qui remet en question, en perspective une perception, une façon de**
- **penser.**

3

Apporter rapidement
Un bénéfice

- **Explication concise d'un problème complexe**
- **Phrases et termes simples**
- **Liens pertinents pour aller plus loin**

brief.me

TOUT S'EXPLIQUE

Accord entre la Russie et la Turquie sur la Syrie

Que contient l'accord sur Idleb conclu hier ?

Le président turc, Recep Tayyip Erdogan, et son homologue russe, Vladimir Poutine, ont conclu hier un accord pour créer à partir du 15 octobre « une zone démilitarisée de 15-20 kilomètres de large » entre les territoires insurgés autour de la ville d'Idleb et les zones tenues par le régime de Bachar el-Assad. Les gouvernements syrien et iranien se sont déclarés satisfaits de cet accord. En août, le gouvernement syrien, soutenu par l'armée russe, avait annoncé son intention de reprendre cette zone située dans le nord-ouest de la Syrie. L'accord prévoit « le retrait de tous les combattants radicaux » de la zone et son contrôle par l'armée turque et la police militaire russe. Le ministre russe de la Défense, Serguei Choïgou, a affirmé que cet accord signifiait qu'il n'y aurait pas d'offensive contre Idleb.

Qui domine aujourd'hui la province d'Idleb ?

La province d'Idleb est la dernière grande région syrienne sous contrôle de forces rebelles, le reste du territoire étant pour l'essentiel repassé sous le contrôle du régime de Bachar el-

- **Résumé clair et concret des points clés**
- **Des informations orientées « solution »**
- **Liens vers les sources pour aller plus loin**

Le débrief' Media

Il faut ensuite remplir plusieurs conditions pour que ça fonctionne :

- **Une ligne éditoriale claire** : pédagogie (*Le Monde*), débat (*Le Figaro*), vérification de l'info (*20 Minutes*)
- **Une organisation** : équipe dédiée, extension de compétence d'un autre service (comme les photographes du *Monde* dédiés à Instagram), sous-traitance (*20 Minutes* et *Spiced*), appel aux étudiants en journalisme au *Soir* ou au *Temps*.
- **Une émulation interne** : coopération du reste de la rédaction, partage d'idées et d'infos lors de la conférence de rédaction, diffusion de pratiques…

Faire payer ces jeunes adultes n'est toutefois pas un petit défi. Seuls 10 % des Français ont payé pour de l'information en ligne en 2019 selon le rapport Reuters 2020 (en pdf).

Une bonne part du succès de votre newsletter dépend de la qualité de l'écriture :

- Il faut être direct sans être abrupt, dire le maximum de choses avec un minimum de mots.

- Faire des phrases courtes, utiliser des most simples et faciles à prononcer (donc à lire).

- Mettre en valeur l'information clé et renoncer à ce qui n'est pas de 1e importance : faire de choix. Et utiliser le lien pour en dire plus.

- Soigner la progressivité de l'information : apporter un bénéfice lecteur à chaque nouveau paragraphe. Dire le plus important en premier, y compris dans la phrase (le qu'est-ce qui se passe avqnt le comment ou le pourquoi).

Un bon exemple

→ Un chiffre fascinant

Un million de milliards de flocons tombent sur terre chaque seconde. Assez pour que chaque humain puisse modeler un bonhomme de neige toutes les dix minutes.

→ Une course de fond

Ce matin, 0,0008 % des Français ont été vaccinés, selon le très sérieux site Covid Tracker. Plus que 59,9992 % pour atteindre 60 %, premier seuil vers une immunité collective.

→ Une info pressante

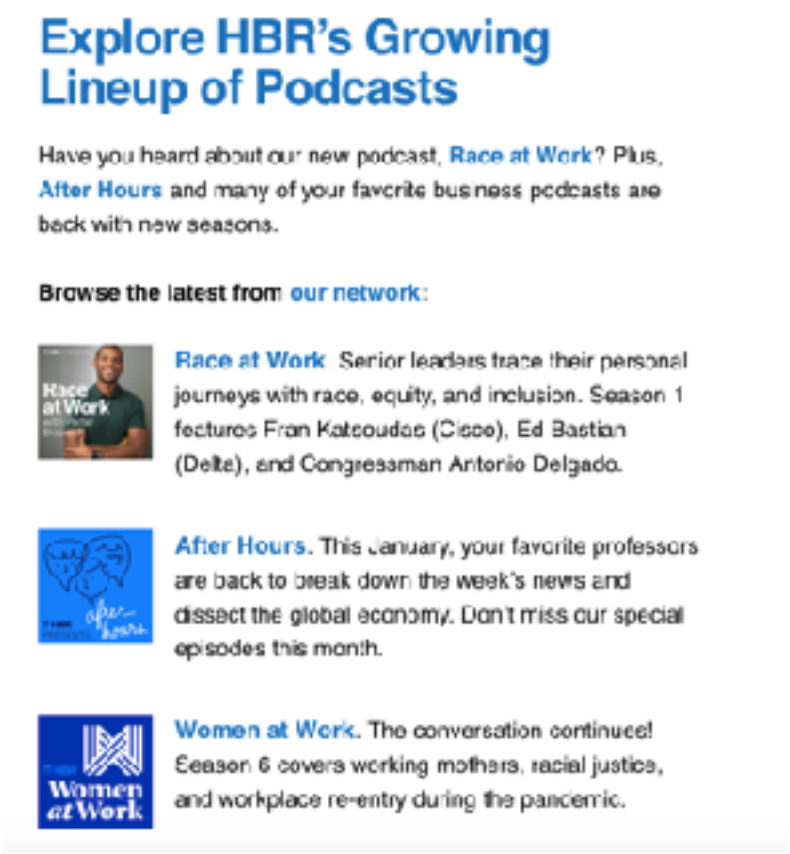
C'est l'un de nos droits les plus méconnus et pourtant l'un des plus essentiels, surtout quand on en est privé : le « droit à l'assainissement », celui de faire pipi dans des WC publics.

→ Une démographie en panne

Selon les derniers chiffres du recensement (avant le Covid), la France compte 66,7 millions d'habitants, soit une faible hausse annuelle de 209 000 habitants. Les raisons : les décès des baby-boomers et une fécondité qui stagne (1,87 enfant par femme). Paris, la Dordogne, le Cher, l'Orne, les Vosges et la Nièvre se dépeuplent. La Haute-Savoie, l'Hérault, la Gironde et la Loire-Atlantique gagnent des habitants.

Les mauvais exemples

- **Accroches peu infomatives qui nécéssitent de cliquer**
- **Visuels petits et froids (sauf le 1er)**
- **Très auto-centré (HBR en 2e mot, our network etc.)**



Explore HBR's Growing Lineup of Podcasts

Have you heard about our new podcast, **Race at Work**? Plus, **After Hours** and many of your favorite business podcasts are back with new seasons.

Browse the latest from our network:

Race at Work. Senior leaders trace their personal journeys with race, equity, and inclusion. Season 1 features Fran Katsoudas (Cisco), Ed Bastian (Delta), and Congressman Antonio Delgado.

After Hours. This January, your favorite professors are back to break down the week's news and dissect the global economy. Don't miss our special episodes this month.

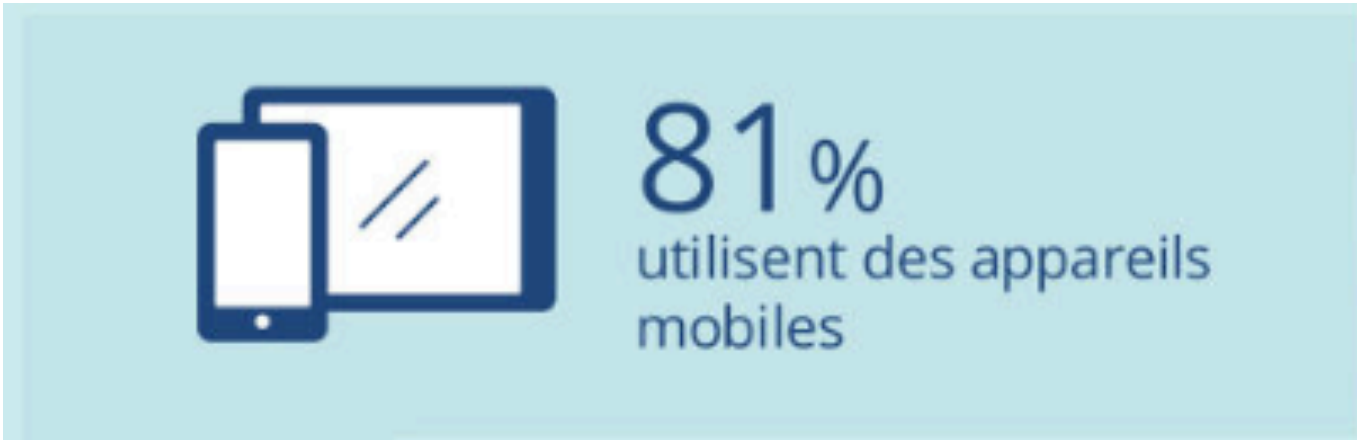
Women at Work. The conversation continues! Season 6 covers working mothers, racial justice, and workplace re-entry during the pandemic.

- **Mis en forme rigide et austère**
- **Visuels petits, pas toujours lisibles**
- **Rubricage triste et peu créatif**
- **Il faut encore beaucoup cliquer pour avoir l'info**

4

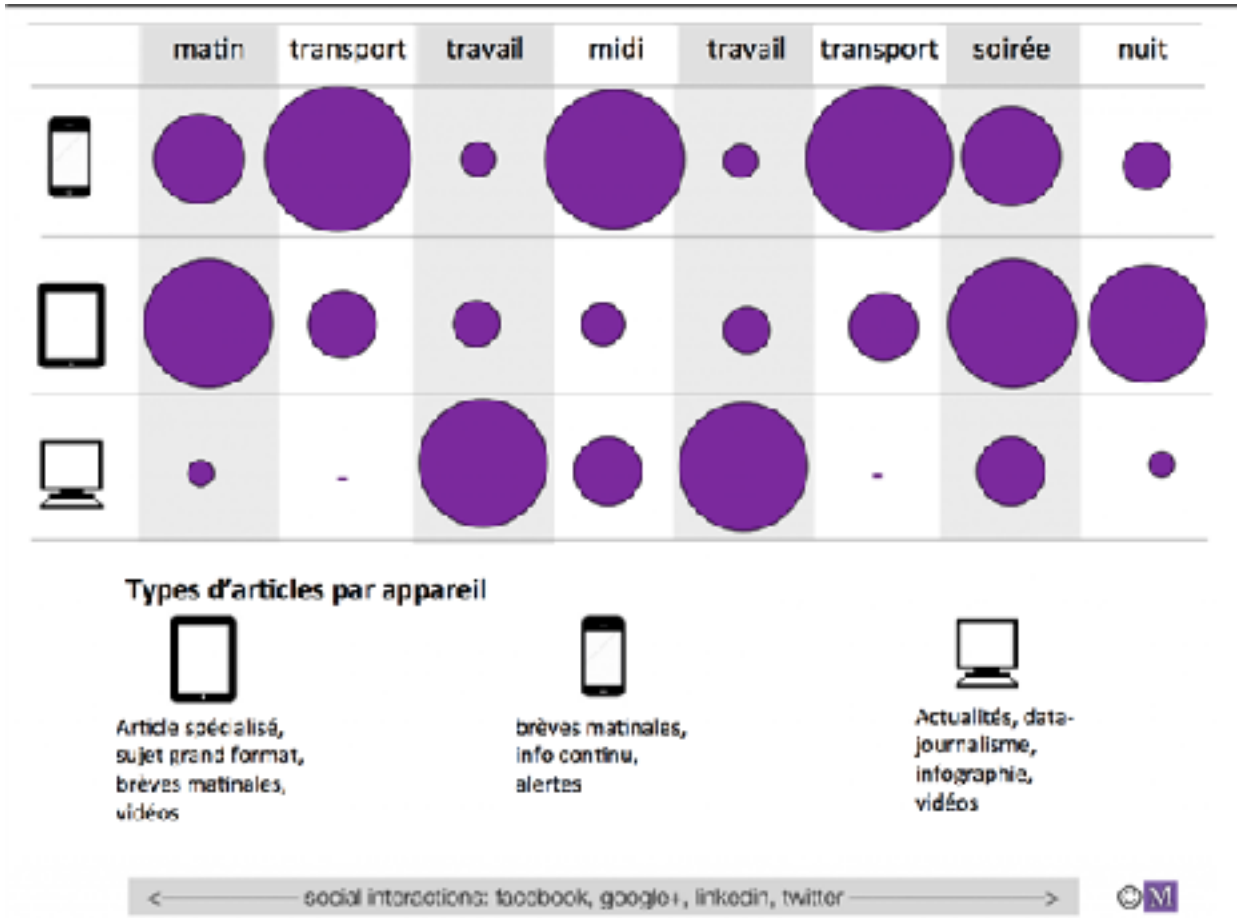
Soigner le timing de diffusion

Penser surtout au timing de consultation sur mobile

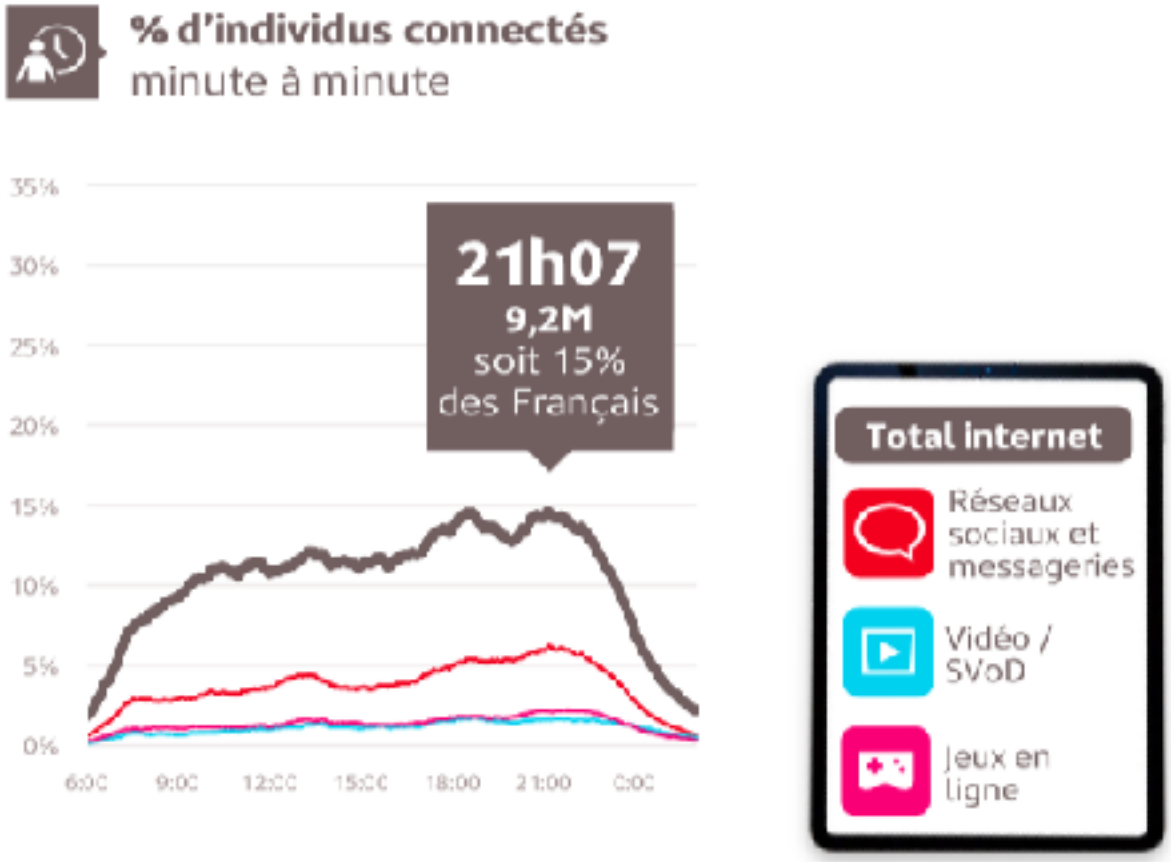


- **Matin, midi et soir (après 17h)**
- **Pour l'info d'alerte : le matin**
- **Pour l'info de rattrapage et ludique (le soir et week-end)**

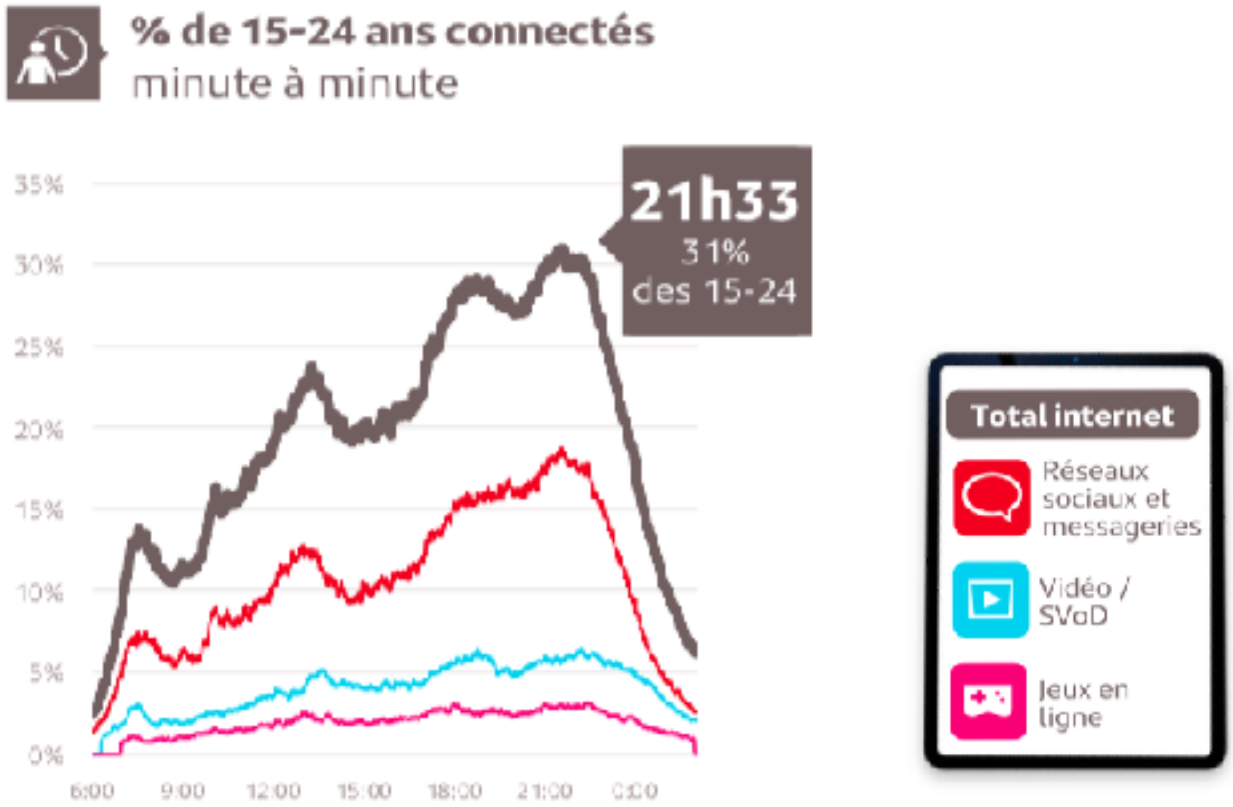
Soigner les horaires de diffusion



Une extension de consultation le soir



Un pic encore plus tardif pour les 15-24 ans



Mais pour connaître les bons horaires il faut les tester !

Changer les heures (et eventuellement jour) de publication dans les premiers temps et comparer taux d'ouverture, taux de clics, temps passé etc. Solution d'A/B testing bienvenue !

Dimanche 10h		Mardi 7h		Lundi 7h	
Open rate	46.53%	Open rate	33.05%	Open rate	20.92%
Click-through rate	10.98%	Click-through rate	6.72%	Click-through rate	3.07%
Click-to-open rate	23.60%	Click-to-open rate	20.32%	Click-to-open rate	14.65%
Unsubscribe rate	0.54%	Unsubscribe rate	0.36%	Unsubscribe rate	0.19%
Spam rate	0.05%	Spam rate	0.03%	Spam rate	0.02%

5

Soigner les objets des e-mails

Long et précis avec plusieurs sujets

brief.me

Accord en Syrie | Réforme de l'État | Prévoir la perte de son smartphone

Court avec teasing / forte promesse

MY LITTLE PARIS

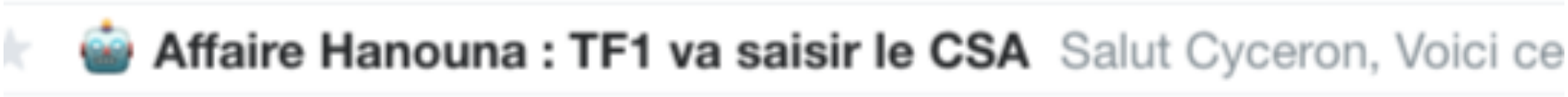
Ce livre est une pure pépite

SIGN OFF
· LE SMART EMAIL DU SOIR ·

Promis, ça va vous simplifier la vie

Weekend Reads: 5 of Our Best

Court avec UNE info forte



Les objets courts se détachent visuellement dans la boîte mail

Mais le contenu derrière le lien doit être adapté et tenir sa promesse !

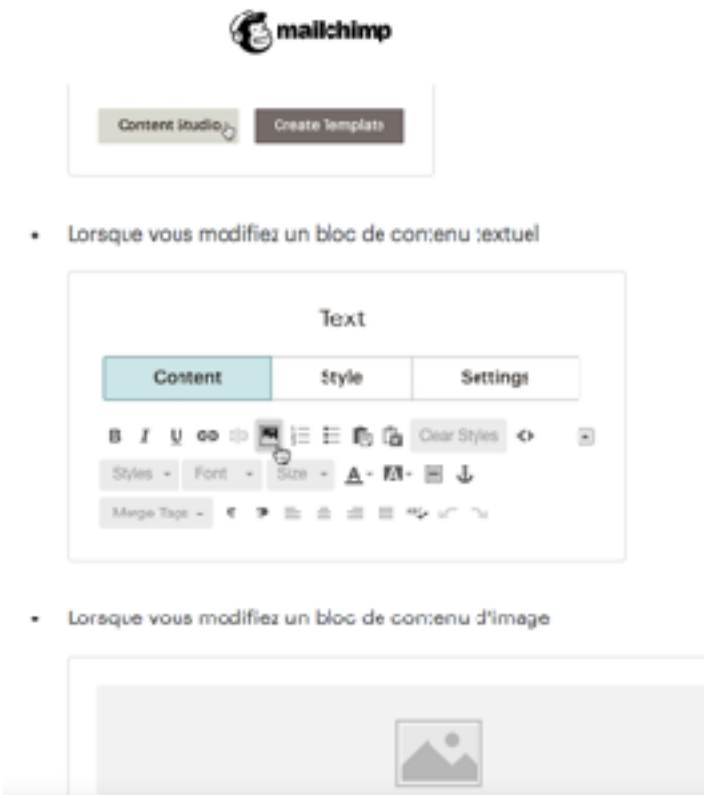
Mauvais exemples

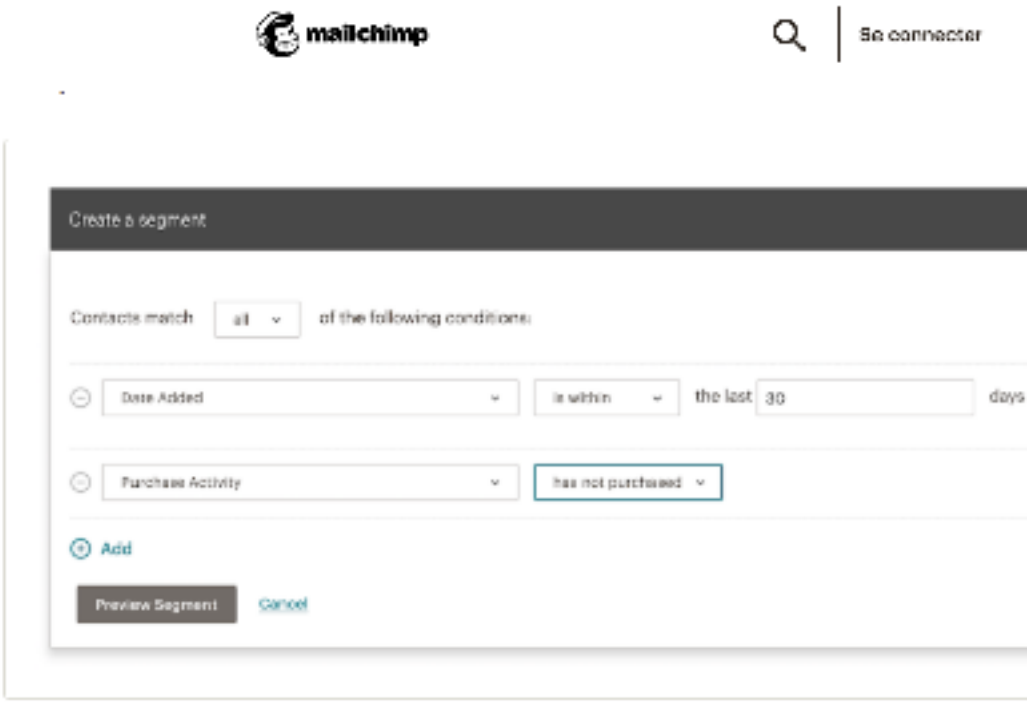
Attention au spam : envois massifs = désabonnements

4. Choisir les outils

Mailchimp

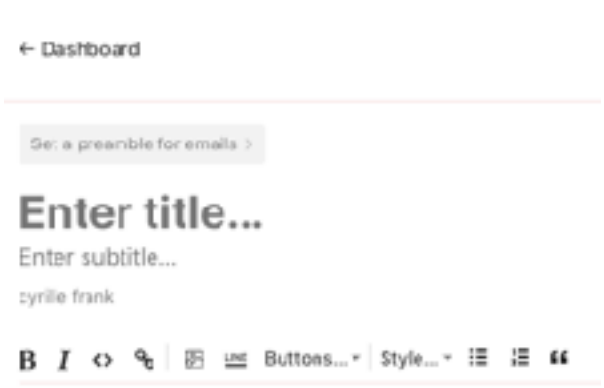
- **Permet de créer sa newsletter vite, grâce à des modules/modèles prédéfinis.**
- **Bien tolérée par les plateformes de mailing (éviter d'être mis en spam par défaut)**
- **De nombreuses fonctions marekting : suivi d'audience; réation de segents, marketing automation…**
- **Plug-in Wordpress pour publier une newsletter depuis le CMS**

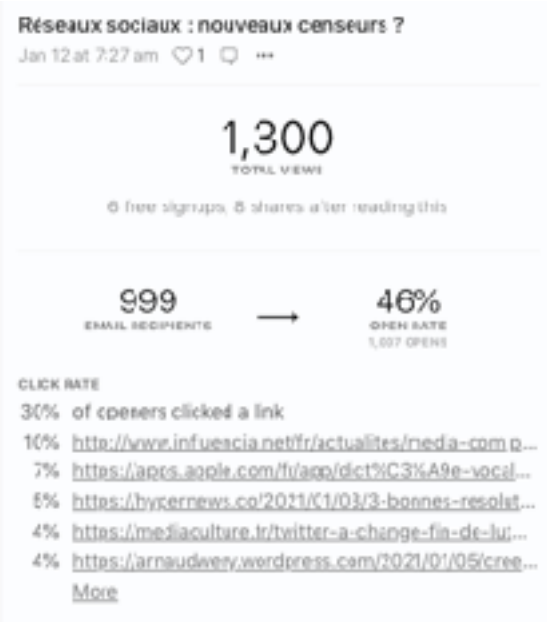




Substack

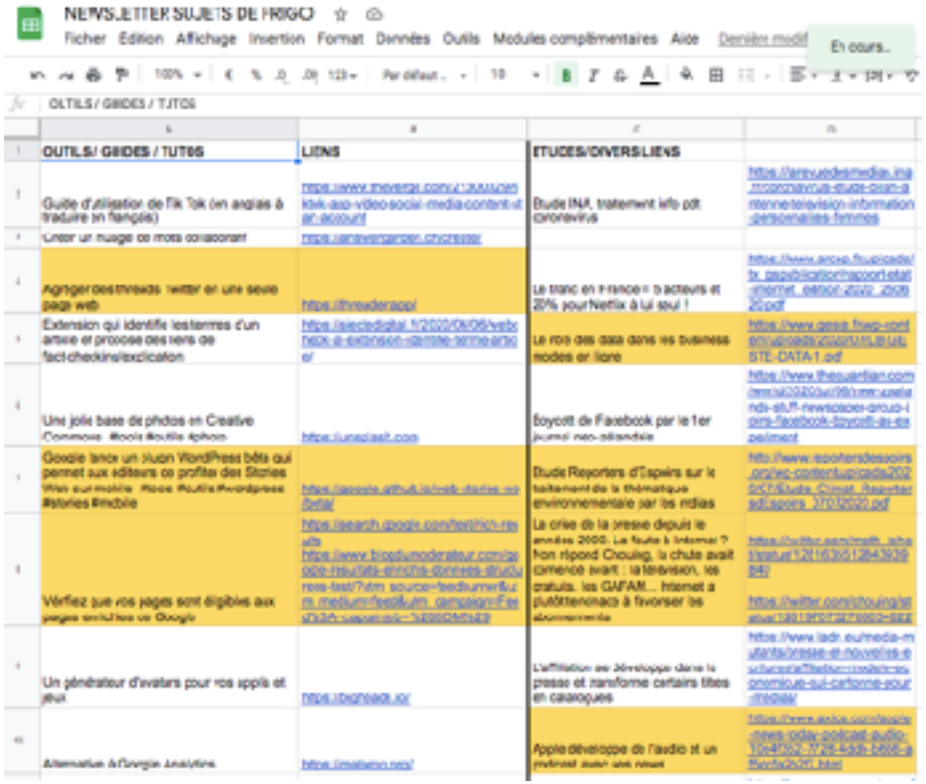
- **Permet de créer sa newsletter encore plus vite, mais look plus rudimentaire et uniforme**
- **Crée aussi automatiquement les pages web d'archivage des nwesletters**
- **Statistiques d'audience plus limitées mais (pas de temps passé)**
- **Intégration d'un volet monétisation très simple à activer**





5. Définir le process et monitorer

Définir un process qui vous permet de lancer une newsletter en une heure, pas en un mois !



Préparer à l'avance, travailler au fur et à mesure

Surveillez les données pour vérifier le recrutement et l'engagement

- Taux d'ouverture, taux de clic
- Taux de clic rapporté au taux d'ouverture
- Part de l'audience qui ouvre la newsletter au moins une fois sur deux
- Croissance moyenne du nombre d'abonnés/mois
- Nombre de clics pour 1000 e-mail envoyés
- Temps passé moyen

Evaluer sa performance ? Elle dpdn du sujet, du public, mais voici des moyennes

OPEN RATE	SUNDAY Su	MONDAY M	TUESDAY T	WEDNESDAY W	THURSDAY Th	FRIDAY F	SATURDAY S
Advertising and Marketing Agencies	18.90%	19.20%	19.70%	19.60%	18.60%	19.30%	19.50%
Agriculture, Forestry, Fishing & Hunting	18.50%	20.00%	21.10%	20.20%	19.60%	21.50%	20.80%
Automotive and Aerospace	11.40%	12.90%	12.50%	13.80%	12.10%	12.60%	12.80%
Construction, Contracting, and Manufacturing	21.20%	22.50%	21.30%	26.00%	22.70%	22.00%	22.50%
Consumer Packaged Goods	15.90%	14.90%	14.20%	13.70%	15.70%	14.00%	14.90%
Education	25.70%	22.20%	24.90%	23.20%	24.90%	23.30%	20.20%
Engineering, Architecture and Design	21.20%	20.00%	21.50%	20.80%	19.50%	19.80%	20.30%
Financial Services	20.20%	20.50%	20.30%	21.00%	20.10%	19.90%	19.80%
Food and Beverage	12.00%	12.70%	13.20%	13.90%	12.10%	13.50%	13.10%
Government	30.40%	31.10%	30.40%	30.30%	31.90%	30.20%	29.20%
Healthcare Services	18.30%	20.10%	19.70%	20.90%	18.80%	19.70%	20.60%
IT / Tech / Software Services	17.30%	17.50%	17.90%	17.70%	17.80%	17.60%	17.50%
Logistics and Wholesale	16.90%	20.40%	18.40%	20.50%	18.70%	18.00%	20.70%
Media, Entertainment, and Publishing	18.50%	17.90%	18.80%	17.40%	18.70%	17.90%	17.30%
Nonprofit	24.90%	25.90%	25.00%	26.20%	24.90%	24.60%	25.60%
Other	16.80%	19.40%	20.10%	20.20%	18.60%	19.00%	19.40%
Professional Services	17.00%	18.20%	18.00%	18.70%	17.50%	18.20%	18.50%
Real Estate, Design and Construction Activities	19.70%	19.80%	19.80%	20.60%	19.20%	20.20%	19.60%
Retail	14.90%	13.50%	14.70%	13.00%	14.70%	13.70%	13.90%
Travel, Hospitality, and Leisure	15.40%	15.70%	16.00%	15.60%	15.50%	15.60%	15.90%
Unknown	17.20%	17.70%	17.70%	17.50%	17.40%	17.40%	17.20%
Average	17.90%	17.70%	18.30%	17.60%	18.00%	17.70%	17.50%

Merci de votre attention!

Cyrille Frank

cyrille.frank@esj-pro.fr
@cyceron sur Twitter

Site : esj-pro.fr
Blog : mediaculture.fr
Newsletter : esjpro.substack.com

Sourcer	Créer	Filmer	Socialiser	Développer
Mettre en place une veille efficace	Ecrire pour le web et les supports numériques	Tourner et monter des videos sur smartphone	Diffuser ses contenus grâce aux réseaux sociaux	Booster son trafic grâce aux statistiques, et au référencement naturel
Rechercher et valider l'information	Les outils et méthodes pour enrichir ses contenus	Apprendre les bases du montage video	Bâtir et engager sa communauté	Travailler en bi-médias : nouveaux formats, nouveaux réflexes
Utiliser les réseaux sociaux pour le sourcing	Créer rapidement des infographies et data-visualisations	Facebook Live, Instagram TV : créer des vidéos en direct	Maîtriser l'art des Stories : Instagram, Facebook, Snapchat	Bâtir et optimiser sa stratégie éditoriale pour émerger
Enquêter : vérifier l'info, croiser les sources…	Ecrire des formats longs : captiver le lecteur par le récit	Construire de nouveaux formats vidéos : du brainstorming au pilote	Récupérer des contenus grâce aux utilisateurs	Monétiser ses contenus : quel modèle et stratégie ?

Notre catalogue numérique

- Les fondamentaux de l'écriture pour le web
- Les outils d'édition et d'enrichissement pour le web
- SEO : optimiser son écriture pour le référencement
- Choisir et créer la bonne image pour le web
- Réutiliser et optimiser ses archives print pour le web
- Objectif zéro faute : améliorer la qualité de la copie web
- Créer et gérer son blog
- Editer pour le print et le web… en même temps
- Comment enquêter sur internet
- Droit de la presse en ligne : comment éviter le procès ?
- Protéger sa présence en ligne et ses sources
- Anticiper et imaginer une couverture d'un évènement sur tous les supports
- De la veille à l'écriture : intégrer le web à sa pratique journalistique quotidienne
- Nouveaux formats, nouveaux réflexes : optimiser sa couverture de l'actualité sur tous les supports
- La boîte à outils du web : de la veille aux outils collaboratifs, gagnez en efficacité
- Couvrir l'actualité « en live » (d'un événement prévu ou imprévisible)
- Newsgames : informer de manière ludique et interactive
- Le reportage en bande dessinée

Notre catalogue numérique

RESEAUX SOCIAUX

- Facebook, Twitter… Exister et maîtriser les fonctionnalités des principaux réseaux sociaux
- Snapchat, Instagram, Facebook Live : la photo et la vidéo pour les réseaux sociaux
- Elaborer une stratégie de diffusion de ses contenus sur les réseaux sociaux
- Animer et développer une communauté sur le web
- Fact-checking : enquêter et vérifier l'information sur les réseaux sociaux
- Eviter les pièges des « fake news »

PHOTOS & VIDEOS POUR LE WEB

- Photographier avec un smartphone
- Tourner des vidéos avec un smartphone
- Réaliser un diaporama sonore
- Enrichir son offre vidéo (sans en produire)
- Tourner et monter des vidéos pour le web
- Construire de nouveaux formats vidéos : du brainstorming au pilote
- Facebook live, Périscope : faire du live en vidéo mobile
- Apprendre les bases du montage vidéo

Notre catalogue numérique

PILOTER UNE REDACTION NUMERIQUE

- Alerter son lecteur et booster son audience grâce aux pushs mobiles
- Comprendre ses statistiques pour mieux élaborer sa stratégie éditoriale
- Développer sa créativité éditoriale
- Intégrer sa stratégie web et mobile à son management pour une bonne transition numérique
- Créer et développer son média numérique
- Chef de projet éditorial
- UX et web design : appréhender l'expérience utilisateur
- Concevoir et décrire un contenu, un projet ou un outil avec la méthode Agile
- Informer sur les smartphones
- Datajournalisme et visualisation de l'information (niveau 1)
- Datajournalisme, scraping et visualisation de l'information (niveau 2)
- Comprendre et éviter les pièges des statistiques
- Le code pour les journalistes