



## Briefing

Vous êtes contacté par un client qui a entendu beaucoup de bien concernant votre travail dans le domaine du web ( ☺ ). Il s'adresse à vous pour la conception de sa newsletter afin de lancer/relancer l'intérêt de l'un de ses produits.

Après un premier entretien avec lui voici ce qu'il en ressort pour le contenu de sa newsletter :

- Le logo de la firme qui produit ce dont vous allez faire la promotion doit évidemment figurer sur votre newsletter
- L'ambiance générale graphique (sa charte) du client que vous avez sélectionné doit absolument se retrouver dans votre newsletter.
- Un visuel explicite (au moins) du produit dont vous allez faire la promotion doit également être présent.
- Un bouton/élément graphique (au moins – max 3) de type « call to action » doit être présent et renvoyer vers le site officiel de la boîte de votre client. Vous accorderez une attention toute particulière à la réalisation de ce/ces bouton(s).
- Votre newsletter doit également offrir un petit texte descriptif du produit dont vous devez faire la promotion.

Au niveau des étapes de création de votre projet, voici ce qu'aimerait le client :

- 1) Après avoir terminé l'étape de création graphique, vous enverrez un aperçu jpg de la newsletter avant de la coder. Le client la commentera et c'est seulement après avoir reçu et modifié votre newsletter suite à ses commentaires que vous pourrez coder votre newsletter. Envoyez votre jpg à l'adresse [o.ceressia@bruxellesformation.be](mailto:o.ceressia@bruxellesformation.be).
- 2) Vous enverrez votre newsletter finalisée quand vous aurez placé toutes les images en absolu et vous n'enverrez que le fichier .html à votre client à l'adresse [o.ceressia@bruxellesformation.be](mailto:o.ceressia@bruxellesformation.be). Vous hébergerez aussi votre html au même endroit et enverrez le lien vers cet html à l'adresse ci-dessus également.
- 3) Après cette remise, le client transmet votre newsletter à son département technique qui va analyser si la newsletter a bien été réalisée. Si c'est le cas, il ne vous recontactera pas et passera à l'étape suivante. Dans le cas contraire, il vous dira d'où les erreurs viennent.

- 4) Le client procèdera ensuite aux différents tests liés à l'envoi de votre newsletter pour tester sa compatibilité à travers les browsers/webmails, arrangez-vous pour qu'elle passe bien sous les navigateurs suivants : Internet explorer, firefox et chrome. Mais aussi sur les logiciels/webmails suivants : Outlook (anciennement hotmail), Gmail et un logiciel de type Outlook (logiciel « physique »), ça pourrait aussi être thunderbird etc.

## Technique

Votre newsletter doit respecter certaines contraintes techniques que voici :

- Elle ne peut pas dépasser, en largeur, éléments décoratifs compris, 700 pixels de large.
- N'oubliez pas votre opt-out et le message pour pouvoir accéder à votre newsletter « online » au cas où l'affichage dans le webmail/client mail ne fonctionnerait pas.
- N'utilisez que les propriétés CSS qui passent absolument sur tous les interpréteurs de mail présent sur le site campaign monitor. S'en passer pour faire certains effets pourrait vous coûter beaucoup de temps en production.
- Toutes les images doivent évidemment être correctement slicées, tous les éléments graphiques doivent être correctement exportés/compressés selon leur contenu.
- Placez des liens aux bons endroits et faites en sorte que ce qui doit être cliquable ait un « look » cliquable.
- N'oubliez pas vos ALT sur vos balises <IMG>

## Créativité

Il n'y a pas de limite à votre créativité dans votre newsletter mais faites attention de ne pas tomber dans un style trop « ringard » par les effets que vous allez ajouter.

Pour sortir un peu du côté très carré inclus dans les newsletters par leur structure en tableaux, n'hésitez pas à ajouter des éléments graphiques qui « sortent » des cadres, ne vous facilitez pas la vie. Ce sont ces éléments graphiques qui vont donner du cachet à votre newsletter, qui vont faire en sorte qu'elle sera originale.

Si vous avez des hésitations au niveau de la création graphique de votre newsletter, regardez sur le Web comment sont conçues les newsletters. Nous avons déjà vu ensemble quelles sont les parties essentielles qui composent une newsletter commerciale, inspirez-vous en et n'hésitez pas à offrir quelque chose d'innovant.

Bonne chance à tous

Votre client