

Webinar

E-mail Marketing : 7 opportunités à saisir dès maintenant



L'email, toujours le meilleur levier de performance marketing

Quelques chiffres-clés :

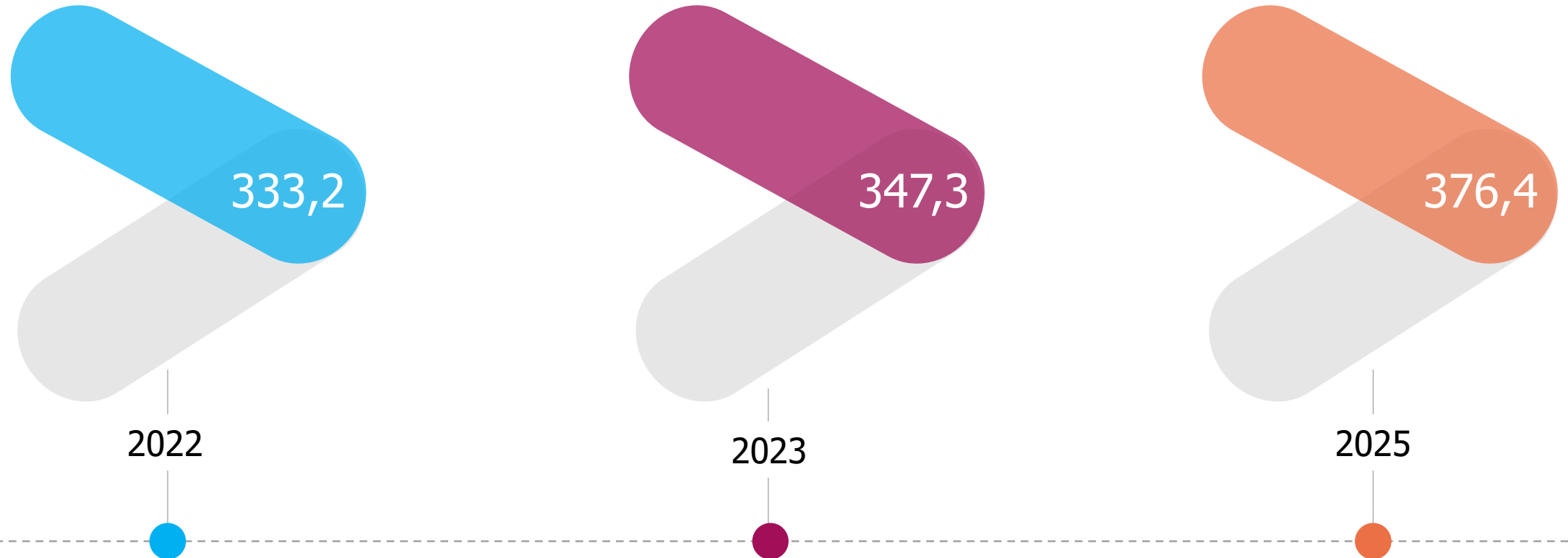
- ☑ **40 fois + performant** que Facebook & Twitter pour **l'acquisition de nouveaux clients**
- ☑ Fort potentiel de personnalisation = **fort pouvoir d'attraction**
- ☑ Près de **50% de taux d'ouverture moyen**
- ☑ **+ de 80% des Français** pensent que l'email sera le moyen de communication privilégié dans 10 ans
- ☑ **99 % des utilisateurs** consultent leur boîte de réception tous les jours

Source : Article Le Siècle Digital, <https://siecledigital.fr/2019/03/12/lemail-est-encore-et-toujours-le-1er-canal-de-communication/>



L'email aujourd'hui et ... au-delà !

#emailmarketing #notification #automatisation #newsletter #alertes #sécurité #transactionnel #confirmation



Source : Statista, <https://www.statista.com/statistics/456500/daily-number-of-e-mails-worldwide/> - chiffres indiqués en milliards, à l'échelle mondiale et en emails envoyés.
Statista est un portail en ligne allemand offrant des statistiques issues de données d'instituts, d'études de marché et d'opinion ainsi que de données provenant du secteur économique.

Vous recherchez une plateforme pour
concevoir et gérer vos envois email & SMS
Marketing & transactionnel ?

Découvrez Campaign dans une démo de
15 min. après ce webinar 😊

Inscrivez-vous via le CTA

Campaign est une **plateforme d'activation email & SMS "made in France"** qui vous permet de concevoir, personnaliser, optimiser et adresser **toutes les typologies de messages** : campagnes Marketing, Trigger, Marketing Automation, transactionnels, notifications et alertes. **Sécurisée et interconnectable** avec tous les outils, elle favorise la **délivrabilité**, le respect du **RGPD** et les démarches **responsables**.

Concevoir un parcours conversationnel

Des B.A.BA à ne pas rater

La conception d'une campagne d'e-mail marketing

Des étapes à checker pour la réussite de vos campagnes



Stratégie de campagne

Travail en amont de la stratégie et des tactiques de campagnes : sélection des audiences, timing d'envoi, occurrence, ...

Conception Message

Création graphique, développement HTML, rédaction du contenu, ... en fonction de l'actualité et des attentes.



Gestion campagne

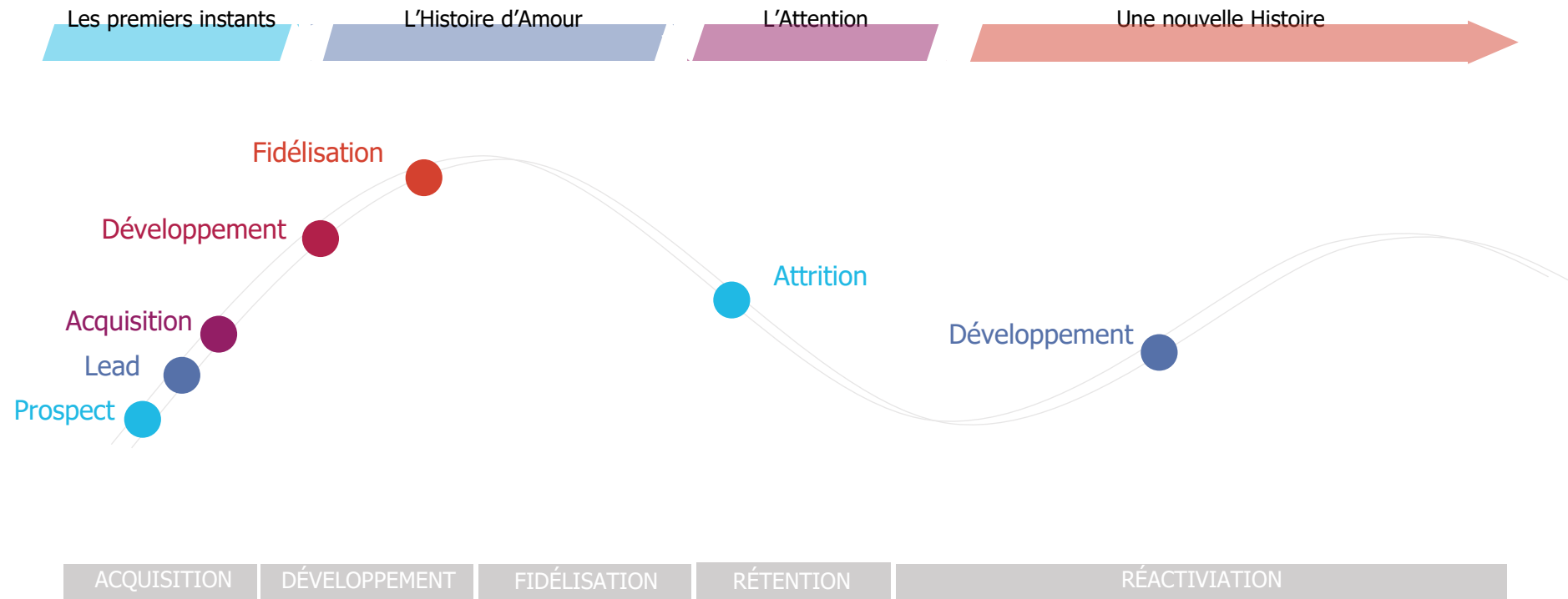
Mise en place des campagnes sur votre plateforme : segment, programmation de la campagne (« Just in time »), A/B test, etc.

Etude KPI & Optimisation

Suivi et lecture des KPI de campagnes pour travailler sur l'optimisation des data et opérations.



Des actions design & techniques sur l'ensemble de la relation client



Adapter sa campagne en fonction de son audience

A qui parlons-nous ?

- De quelles informations disposent-ont ?
- Quels sont les besoins ? Les attentes ?
- Adapter le discours et le wording en fonction de la cible

A chaque génération sa façon de parler

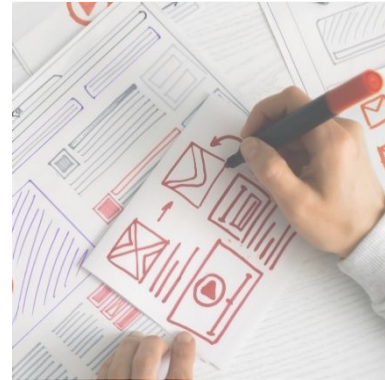
- Génération Z, à partir de 2000 :
Quête de sens et audience digital native
- Génération Y, entre 1980 et 2000 :
Flexibilité & Liberté
- Génération X, entre 1965 et 1979 :
Divertissement & « sauver le monde »



De nombreuses questions que l'on se pose dans la relation



Comment
rendre moins
froid le digital ?



Est-ce qu'il faut
en écrire
beaucoup ?



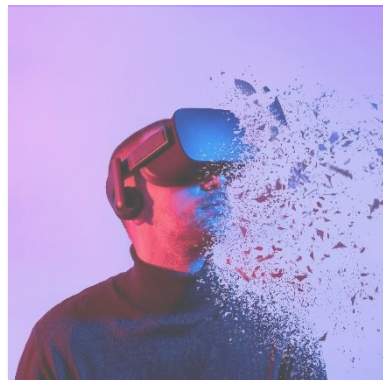
Comment
attirer
l'attention ?

Stay
tuned

Pouvons-nous
user de
créativité ?



Touchons-nous
toutes les
audiences ?



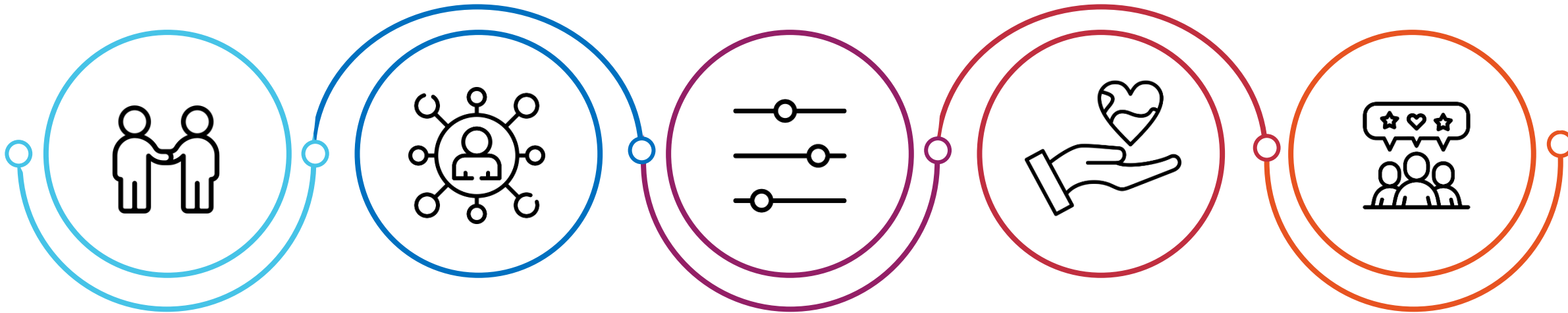
La technique au
service de la
créativité ?



Quelles sont les
actions pour un
monde durable ?



Les top tendances en Customer Experience



HUMAINE

Connecter deux mondes (professionnels et audiences) de la meilleure façon pour **satisfaire les besoins, simplifier certaines tâches, apporter l'offre / la réponse** correspondante aux attentes tout en leur faisant **gagner du temps**.

OMNISCANALE

Les stratégies d'expérience omniscanale donnent la priorité à l'engagement des audiences en offrant **une expérience homogène**, cohérente avec une organisation sur tous **les canaux physiques et numériques**.

PERSONNALISEE

L'enjeu réside dans **l'identification des besoins réels** ainsi que dans le choix du **canal le plus approprié** en fonction du **profil**. Les connaissances acquises peuvent être mises à profit à **chaque étape du processus**.

VALEURS

Produire, diffuser et partager des contenus à forte valeur ajoutée. La manière dont sera partagée ces contenus passera aussi par certains formats notamment la vidéo courte ou le podcast.

EXPERIENCIELLE

Gartner suggère que les organisations de tous secteurs adoptent une perspective intégrée de **l'expérience totale (TX)** qui rassemble les 4 disciplines de l'expérience : l'expérience multiple (MX), l'expérience client (CX), l'expérience employé (EX) et l'expérience utilisateur (UX).

Des opportunités sont à saisir dans la relation avec vos audiences !

Différentes méthodes existent pour stimuler votre audience à chaque étape de la relation

#01 | L'ACQUISITION, DEVELOPPER VOTRE AUDIENCE



La collecte organique

La Pop-up

L'Inbound marketing

Le Minimalisme

La Gamification

La typographie inclusive

Objectifs

Capter l'attention

Faciliter la lecture
de votre promesse

Créer de la réactivité



Une acquisition digitale en mode Pop-up, retargeting & lead nurturing pour le Groupe IGS

ETAPE 1



Pop-in site

ETAPE 2

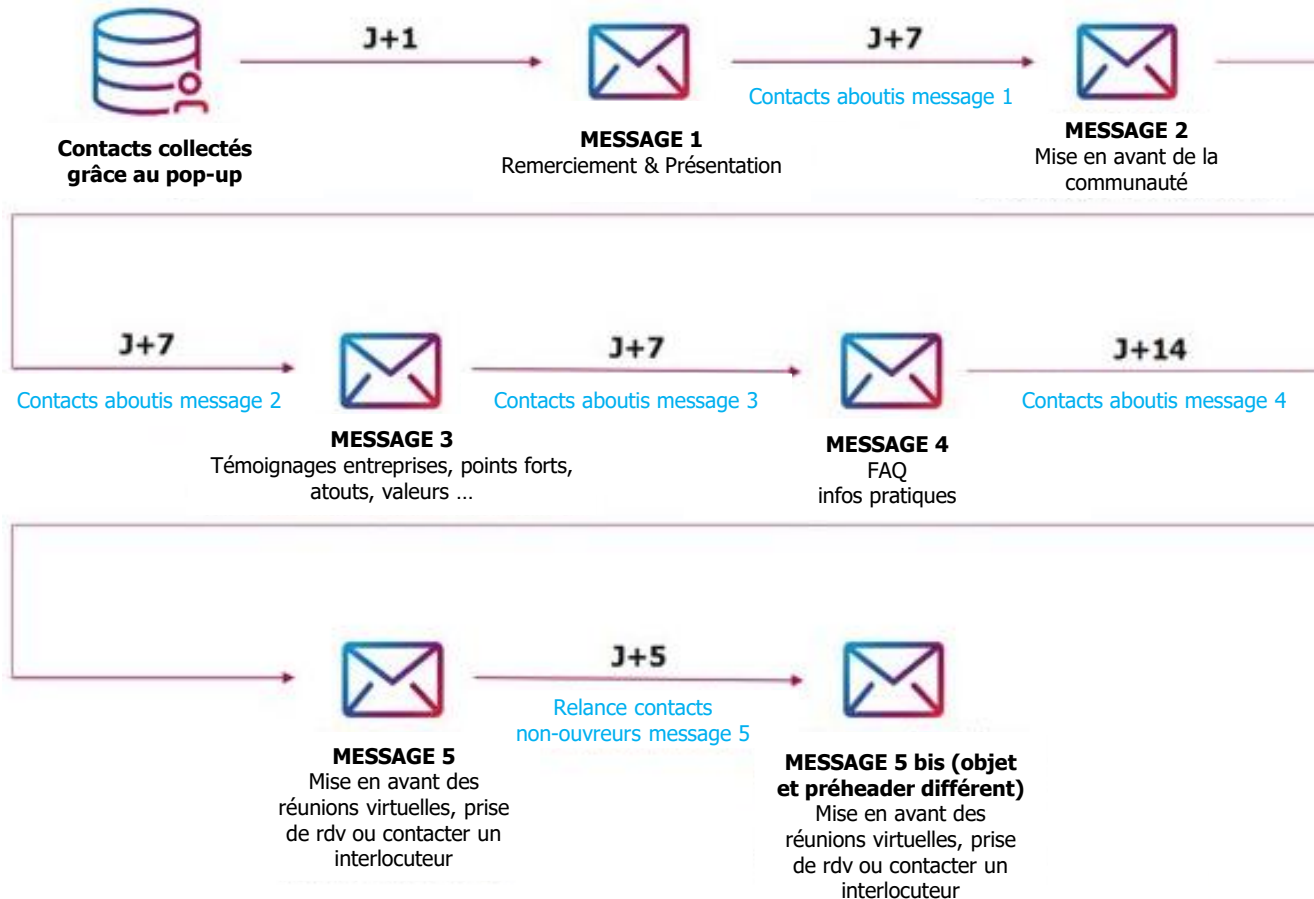


Pop-in sortie de site

ETAPE 3

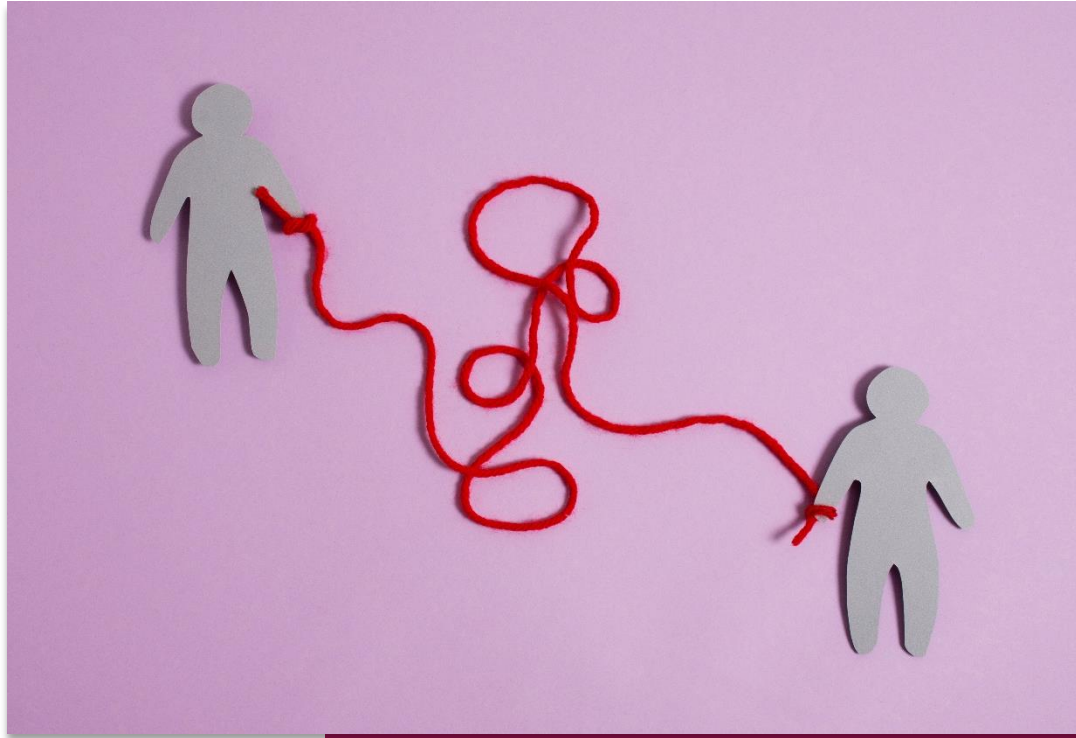


Message #1 lead nurturing
Scénario de 6 messages



Une acquisition digitale avec un scénario de lead nurturing en plusieurs étapes

#02 | LE DEVELOPPEMENT DE LA RELATION



Accueillir le contact

L'empathie

La connaissance client

L'altruisme avec l'image

L'iconographie

La short vidéo

Objectifs

Bien débiter la relation

Humaniser la relation

Créer du besoin

Augmenter le sentiment
d'appartenance

Parcours MOBILITI & RC MOBILITI

Email 1

La détection de besoins



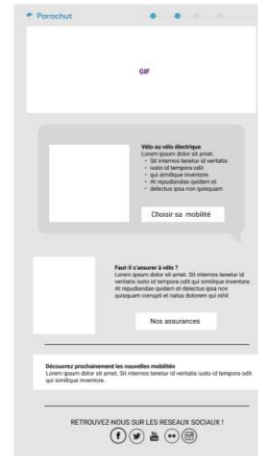
Email 2

Les nouvelles mobilités urbaines



Email 3

L'assurance vélo de Mobiliti & vélo électrique



Email 4

L'assurance hoverboard & trottinette électrique



Email 5

Avis programme & détection besoins



Adapter les parcours au service d'une relation personnalisée

Adapter sa campagne en fonction de son audience

DÉPART 18-25
PAR CHÈQUE VACANCES

25 ans : on est enseeemmmble, hey ! 🎉



En lui 1 25 ans ça rime avec changement ! Mais doucement... Départ 18-25 vous accompagne encore pendant une année.

Fidèle au poste, l'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances vous aide encore et toujours à financer jusqu'à 80% de votre prochain voyage 🌍 L'occasion de découvrir ou redécouvrir une ribambelle de destinations.

Maintenant que le programme Départ 18-25 n'a (presque) plus de secret pour vous, il est grand temps d'en profiter au max ! Alors, on est reparti pour un tour ? 🚗

Une bougie de plus... Mais ENCORE 365 jours pour vous ré-ga-ler ! 🍰

Même si la montagne vous gagne, l'appel de la mer est parfois irrésistible. Heureusement, l'envie d'évasion n'a pas de limite ! De la ville à la côte, pas de stress : on vous laisse carte blanche pour les vacances 🌟

🏖️ Vamos a la playa ! 🏖️



Cap d'Agde, l'île de la Réunion, Barcelone... Et si le rêve devenait réalité ? Il est temps de faire le plein de vitamine D ! En France ou en Europe rien ne peut vous arrêter : c'est destination soleil 🌞

Avec le programme Départ 18-25, on vous propose 5000 offres de séjours... Prêt pour la fête ? 🎉

ancv **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**
Ministère de la Culture
Ministère de la Santé

RETROUVONS-NOUS AU SALON DES SENIORS
DU 22 AU 25 MARS 2023

SALON DES SENIORS
L'âge de toutes vos envies
salondesseniors.com

22-25 MARS 2023
PARIS
PORTE DE VERSAILLES
HALL 2.2

Cette année encore, l'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances sera présente au salon des seniors qui se déroulera du 22 au 25 mars 2023 à la Porte de Versailles.

Profitez de votre visite pour découvrir votre prochaine destination vacancière avec le programme **Seniors en Vacances**.

Salon des Seniors
PARIS EXPO - PORTE DE VERSAILLES
Halls 2.2
Stand E08

Du 22 au 25 mars 2023

Paris Expo - Porte de Versailles
1 place de la Porte de Versailles
75015 Paris

Demandez votre entrée

Profitez du programme Seniors en vacances !

Puisque que les vacances c'est essentiel, partez en équipe tout compris à un tarif préférentiel et avec une aide financière vous conditionnée avec le programme Seniors en vacances.

En savoir plus

UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS

Appelez le 0 969 320 918 (service gratuit + prix appel)

À très bientôt,
L'équipe de l'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances

ancv **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**
Ministère de la Culture
Ministère de la Santé

RETROUVONS-NOUS AU SALON DES SENIORS
DE PARIS DU 23 AU 26 MARS 2022

SALON DES SENIORS
23 - 26 MARS 2022
PARIS
PORTE DE VERSAILLES

Madame, Monsieur,

L'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances est heureuse de vous retrouver pour cette nouvelle édition du Salon des Seniors à Paris et de vous accueillir sur son stand pour ce rendez-vous incontournable.

Profitez de votre visite pour découvrir l'une de vos prochaines destinations vacancières avec le programme **Seniors en Vacances**.

Salon des Seniors
PARIS EXPO - PORTE DE VERSAILLES
Halls 5.2-5.3
Stand D20

Du 23 au 26 mars 2022

Paris Expo - Porte de Versailles
1 place de la Porte de Versailles
75015 Paris

Demandez votre entrée

Badge valable les 4 jours du salon

Profitez du programme Seniors en vacances !

Puisque que les vacances c'est essentiel, partez en équipe tout compris à un tarif préférentiel et avec une aide financière vous conditionnée avec le programme Seniors en vacances.

En savoir plus

Connaissez-vous l'ANCV ?

L'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances, établissement public de l'Etat, est chargée depuis 40 ans de la mission de service public consistant à favoriser l'accès aux vacances du plus grand nombre. Découvrez comment elle répond à sa mission !

En savoir plus

UNE QUESTION ? CONTACTEZ-NOUS

Par email à cette adresse : seniorsenvacances@agence.fr
ou par téléphone au 0 969 320 918 (service gratuit + prix appel)

À très bientôt,
L'équipe de l'Agence Nationale pour les Chèques-Vacances

Pour chaque campagne, adaptez la tonalité et le contenu en fonction de votre cible

#03 | LA FIDELISATION, AUGMENTER VOTRE POUVOIR D'ATTRACTION



L'expérience sur mesure

La connaissance de l'audience

Rendre leur expérience unique

L'hyperpersonnalisation

Le bloc Valeurs & Actions

Le partage

Objectifs

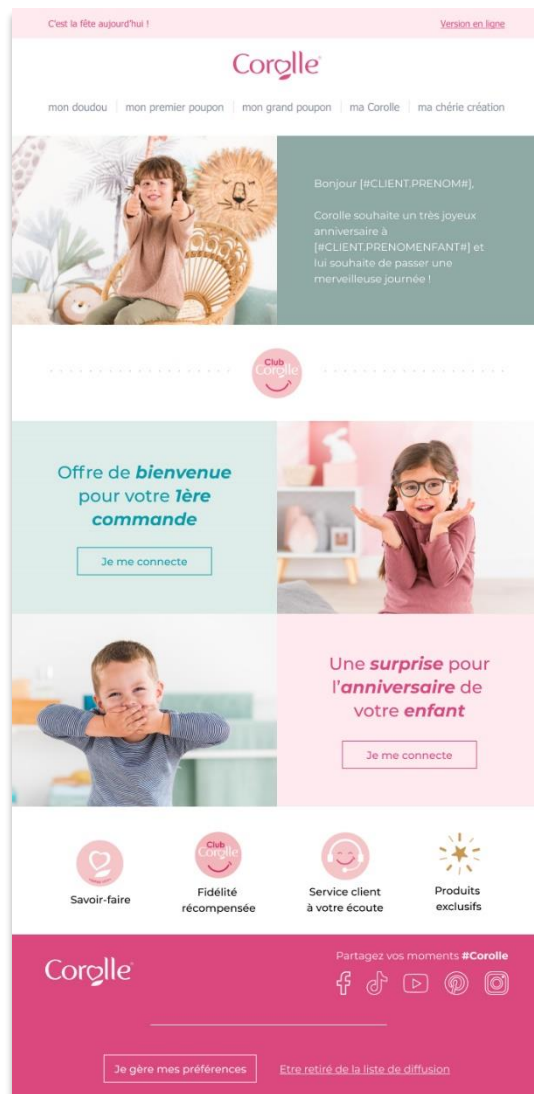
Renforcer la relation
en créant une relation unique

Être la marque / l'organisation
pour améliorer le quotidien
de chaque individu

Développer
votre communauté

Exemples de messages du parcours conversationnel de la marque Corolle

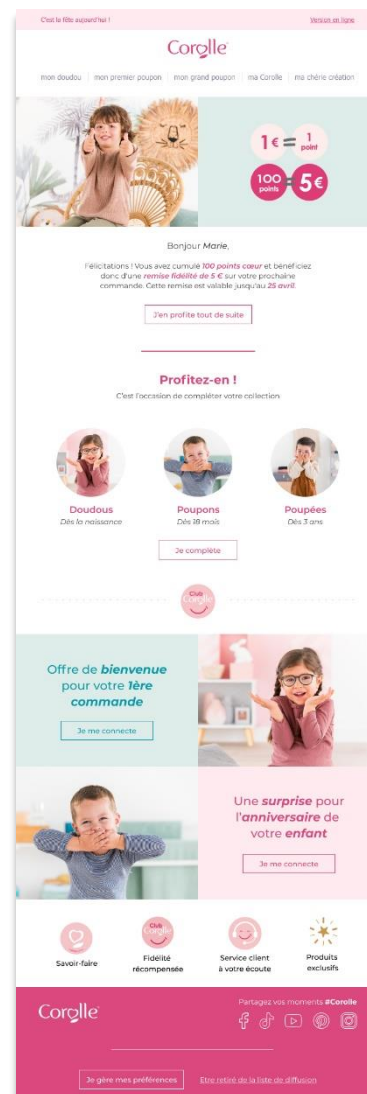
La Data au
cœur de la
personnalisation
de la marque
Corolle associée
à un parcours
conversationnel



Message #1
bienvenue



Message #2
bienvenue



Message #1
Carte fidélité

J-15 avant

Ne laissez pas le hasard décider de vos vacances

1 Commencez à rêver

2 Activez vos vacances

3 Continuez de voyager...

PREPAREZ VOS VACANCES : NOS SUGGESTIONS

Sinon vous êtes quelle Team ?

Les animations pendant votre séjour

Régionalisme

Des animations pour tous.

JE CONSULTE

BESOIN D'UN CONSEIL ?

+33 (0)4 92 24 98 98

BESOIN D'UN HEbergement ?

+33 (0)4 92 24 98 93

J-3 avant d'activer le mode virages

1 Commencez à rêver

2 Activez vos vacances

3 Continuez de voyager...

LES ANIMATIONS PENDANT VOTRE SEJOUR

Prendre ses marques

Jetiez un oeil la-haut

#vallois

Commencez à rêver !

Prenez de la hauteur et direct depuis votre terrasse ! A consulter sur l'application de Serre Chevalier Vallée Briancçon.

JE JETTE UN OIL

Suivez-nous &...

RESSONS VOS LIENS SUR FACEBOOK

COMMENCEZ A RÊVER VIA INSTAGRAM

BESOIN D'UN CONSEIL ?

+33 (0)4 92 24 98 98

BESOIN D'UN HEbergement ?

+33 (0)4 92 24 98 93

Prolongez l'expérience !

1 Commencez à rêver

2 Activez vos vacances

3 Continuez de voyager...

Faites durer le plaisir, revivrez vos moments de fous, bonheurs, plaisirs... Partagez sur les réseaux sociaux vos photos et créez votre album souvenir !

Je partage mes souvenirs sur Facebook

Je partage mes souvenirs sur Instagram

JE LAISSE UN AVis ★★★★★

“ Serre Cha, une superbe destination pour créer des souvenirs en famille. On reviendra - l'été de l'été ”

BESOIN D'UN CONSEIL ?

+33 (0)4 92 24 98 98

BESOIN D'UN HEbergement ?

+33 (0)4 92 24 98 93

#04 | L'ATTRITION, EVITER LES DEPARTS



La proactivité

La gestion des dormeurs

La réactivation

Le positionnement du CTA

Le centre de préférences

Les sondages d'émotions

Objectifs

Re-susciter l'intérêt

Développer de nouvelles opportunités

Répondre à de nouveaux besoins



Bonjour,

Il semblerait que vous ne lisiez plus nos emails.

Rester abonné à Prisma Media vous donne accès à de nombreux avantages :

- 📧 Recevoir nos invitations aux soirées
- 🔍 Avoir tous les insights clés de nos observatoires sectoriels (beauté, food, santé, banque, automobile...)
- 📺 Connaître les nouveautés sur nos marques
- 🎁 Gagner de super lots avec nos jeux concours

Quel que soit votre choix, nous avons été ravis de partager un moment avec vous. 😊

Vous souhaitez toujours partir ? **Pour vous désabonner, cliquez sur le lien ci-dessous.**

[JE ME DÉSABONNE →](#)

Vous préférez faire une sélection des thématiques d'emails qui vous intéressent ? C'est une bonne option ! **Pour choisir vos thématiques, cliquez sur le lien ci-dessous.**

[JE CHOISIS MES THÉMATIQUES →](#)

A très vite sur les marques de Prisma Media ! Et n'hésitez pas à nous suivre sur les réseaux sociaux.

L'équipe communication.



www.prisma mediasolutions.com

Qu'N'oubliez pas : CANAL+ Le mag | Capital | Cuisine Actuelle | Dr Good | Dr Good! C'est bon | Femme Actuelle | Rose | Santé | CDD | Harper's Bazaar France | Harvard Business Review | Les clés de mon avenir | Management | mensuel | National Geographic | MEDA | Ohmymag | prime | Science | Télé-Lorraine | Télé 2 Semaines | TV Grandes chaînes | Télé Z | Vidéo



Bonjour,

Nous sommes contents de vous revoir 😊

En étant abonné-es aux informations de Prisma Media, vous recevrez :

- 📧 Notre newsletter mensuelle
- 🔍 Les insights clés de nos observatoires sectoriels (beauté, food, santé, banque, automobile...)
- 📺 Les nouveautés sur nos marques
- 🎁 Nos invitations aux soirées et les jeux concours

Vous préférez faire une sélection de ce qui vous intéresse ?

Pas de soucis, cliquez sur le lien ci-dessous et faites votre choix.

[JE CHOISIS MES THÉMATIQUES →](#)

A très vite sur les marques de Prisma Media ! Et n'hésitez pas à nous suivre sur les réseaux sociaux.

L'équipe communication.



www.prisma mediasolutions.com

Qu'N'oubliez pas : CANAL+ Le mag | Capital | Cuisine Actuelle | Dr Good | Dr Good! C'est bon | Femme Actuelle | Rose | Santé | CDD | Harper's Bazaar France | Harvard Business Review | Les clés de mon avenir | Management | mensuel | National Geographic | MEDA | Ohmymag | prime | Science | Télé-Lorraine | Télé 2 Semaines | TV Grandes chaînes | Télé Z | Vidéo

Prisma Media
déploie sa
stratégie de
réactivation
auprès de ses
contacts

Zoom + : Le centre de préférences, un avantage marketing & juridique

es Gestionnaire de préférences

Gérer mes préférences d'abonnement
Cliquer selon le choix d'abonnement souhaité

Mes actus contrat(s) & consommations ☒ ON
Recevez toutes les actualités liées à votre contrat : explication de factures, présentation des services, analyse de votre consommation, actualités majeures...

Les enquêtes de satisfaction ☒ ON
Aidez-nous à optimiser nos services en répondant à nos enquêtes.

Les offres électricité ☒ ON
Soyez informé des nouveautés concernant nos offres et services électricité

Les offres gaz ☒ ON
Soyez informé des nouveautés concernant nos offres et services gaz

Les actus & offres développement durable ☒ ON
Soyez informé des nouveautés spécifiques à nos offres vertes (électricité verte régionale et européenne, biogaz 100% alsacien, photovoltaïque...)

Les actus & offres travaux dans l'habitat ☒ ON
Soyez informé des nouveautés concernant vos travaux d'économies d'énergie

J'ACTUALISE MES PRÉFÉRENCES

es

Décryptage

- Rattaché au marketing de permission, le centre de préférences à 2 avantages clés :
 - La personnalisation des campagnes pour votre audience;
 - Pour la marque : Une alternative à la désinscription et à la réduction des plaintes. Elle permet aussi d'augmenter la réactivité et l'engagement de ses audiences.

#05 | LE RE-DEVELOPPEMENT, PARLER AUTREMENT POUR REENGAGER



La pression marketing
adéquate

Les demandes d'avis et NPS

Les incentives

Le confort & les interactions

Le contextual email

L'intelligence artificielle

Objectifs

Augmenter l'expérience

Créer de nouvelles
interactions

Provoquer de
nouvelles émotions

ASPHALTE®

•• Quelle ambiance souhaitez-vous voir ?
À vous de nous dire.



•• Quel modèle de vente préférez-vous pour cette collection éphémère ?

Question essentielle pour nous.

- De la précommande : j'essaye, je précommande et j'attends un peu pour recevoir mes produits. C'est votre modèle et ça me va bien.
- Du stock : cette fois je veux repartir avec mes vêtements sous le bras siouplé.
- Un petit mix des deux.

OK ✓

Qu'est-ce qui vous intéresse ?

Pull, Tee-shirt...

En cours et les nouveautés.

Desquels je suis passé.

ASPHALTE®

Le Pop-Up Parfait

Chez Asphaltte, on fait des belles fringues qui durent longtemps et qui ne flinguent pas l'environnement. Mais surtout, on les fait avec vous.

Alors pour l'ouverture de **notre premier pop-up parisien**, on veut faire la même chose : vous demander votre avis avant de nous lancer corps et âme dans le projet. Ce Pop-up ouvrira ses portes en avril pour deux mois.

À vous de nous dire ce que vous voulez y voir.

C'EST VOUS LES BOSS



ADONIS,

Et si vous deviez noter votre expérience Fortuneo ?

Pour cela, c'est simple et rapide (promis).



Je donne mon avis

Votre avis (qu'il soit négatif ou positif ⭐) sera publié en toute transparence sur le site de notre partenaire **Trustpilot** pour aider d'autres utilisateurs à faire des choix éclairés.

Merci pour votre participation.

S'appuyer sur
les avis pour
revoir et affiner
ses pratiques...
et s'adapter

IMAGE PERSONALIZATION

Resonate with consumers through personalized images to boost customer engagement.

Best Practices:

- Big, bold creative that showcases unique personalization. It should be clearly visible.
- Use a merge field to pass the person's name.
- Reduce the number of elements to get the most impact.

Requirements:

- Background image or PSD mockup of creative execution
- Font specifications
- File
 - Color
 - Size
 - Style
- ESP merge tag
- Default text
- Word wrapping rules
- Click-through URL (optional)
- Animation details (optional)

DEVICE TARGETING

Improve the user experience by having customized content for specific viewing environments.

Best Practices:

- Big, bold creative that showcases unique personalization. It should be clearly visible.
- Use a merge field to pass the person's name.
- Reduce the number of elements to get the most impact.

Requirements:

- Background image or PSD mockup of creative execution
- Font specifications
- File
 - Color
 - Size
 - Style
- ESP merge tag
- Default text
- Word wrapping rules
- Click-through URL (optional)
- Animation details (optional)

DATA/LOYALTY PERSONALIZATION

Provide real-time loyalty status.

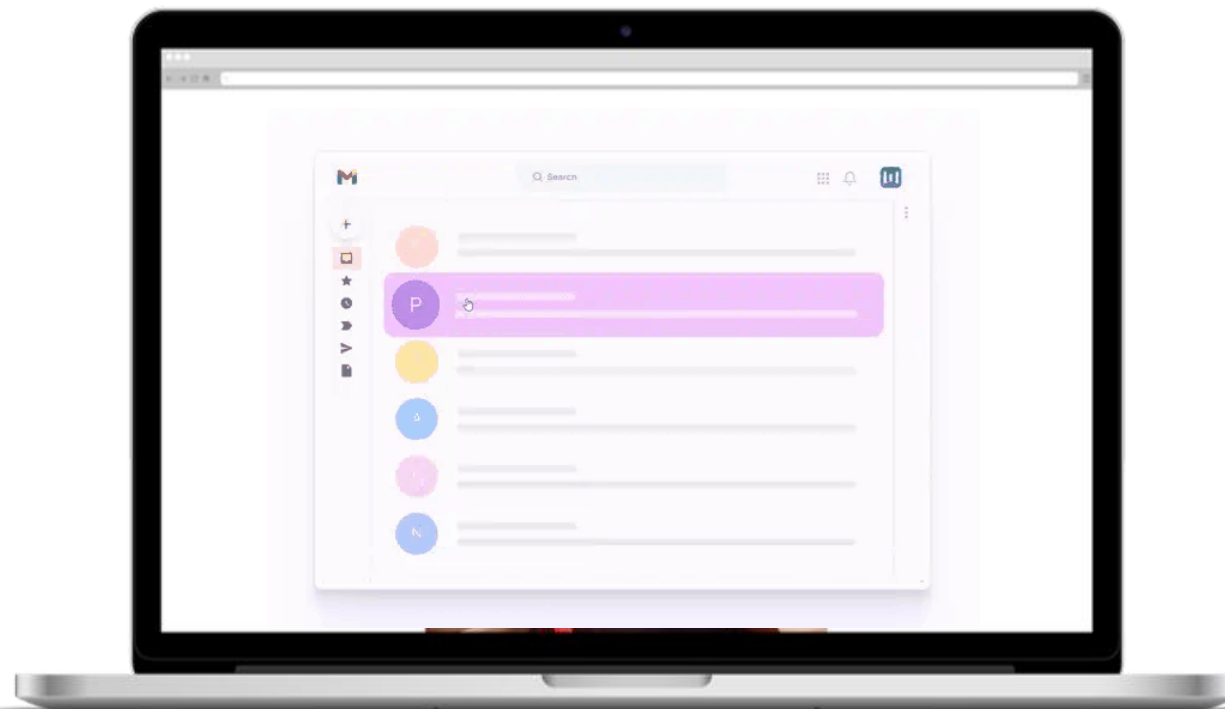
Best Practices:

- Big, bold creative that showcases unique personalization. It should be clearly visible.
- Use a merge field to pass the person's name.
- Reduce the number of elements to get the most impact.

Requirements:

- Background image or PSD mockup of creative execution
- Font specifications
- File
 - Color
 - Size
 - Style
- ESP merge tag
- Default text
- Word wrapping rules
- Click-through URL (optional)
- Animation details (optional)

Eléments contextuels



AMP for Email, Calculatrice

Personnalisez
et répondez
encore plus
juste à leurs
besoins avec
des
technologies
avancées

#06 | LES EVENEMENTS, L'EXCEPTIONNEL POUR ALLER PLUS LOIN



Les teasers

L'orchestration

La scénarisation

La landing page

Les graphismes animés

Le XXL

Objectifs

Dynamiser les campagnes

Remonter de l'information
/ Collecter de nouvelles données

Sortir des campagnes
traditionnelles

Email 1 : J-7 teasing avant événement et grandes thématiques

SEANCE PLÉNIÈRE DU CESE
Le travail en questions
Mardi 27 juin à 14h30

Voir la version en ligne

TRAVAUX
du Conseil économique,
social et environnemental

J-7 Le travail en questions

Séance plénière en direct

➤ mardi 27 juin
➤ à 14h30

Plus d'information

Depuis près de 40 ans la question de l'emploi a monopolisé le débat social et les politiques publiques axées sur le marché du travail. Les bouleversements en cours - transformation de l'environnement, diffusion de l'intelligence artificielle, vieillissement de la population, tension sur certains métiers - repositionnent le travail en tant que sujet majeur de débat au niveau national.

Une résolution réaffirmant les préconisations du CESE
La société civile organisée est indispensable pour reconsidérer aujourd'hui le travail dans toutes ses dimensions, sociales, sociétales, économiques et environnementales. Fort des préconisations de ses avis votés récemment, le CESE a souhaité en partager les principaux enseignements qui convergent vers la nécessité de consommer autrement, produire autrement, et nécessairement de travailler autrement.

Une ouverture sur un débat national
Le CESE souhaite ainsi contribuer au débat national par une résolution organisée en 4 thèmes : développer de nouvelles organisations du travail en repensant le rapport au travail, engager la mutation des métiers vers une transition juste, dynamiser la démocratie au travail, lutter contre toutes les formes d'inégalités, de discriminations et de précarités.

Découvrez la résolution en suivant la séance plénière en direct
Au nom du Bureau du CESE, **Sophie Thiéry** (Groupe CFDT) président la Commission Travail et emploi introduira le sujet et les rapporteures **Cécile Gondard-Lalanne** (Groupe Alternatives sociales et écologiques) et **Elisabeth Tome-Gertheinrichs** (Groupe Entreprises) détailleront pour chacun des thèmes les principaux points de consensus partagés et les pistes d'actions.

En savoir plus

Rendez-vous **mardi 27 juin à 14h30**
pour découvrir la résolution du CESE

Retrouvez le CESE sur les réseaux sociaux !







Email 2 : JJ promotion de l'événement et grandes thématiques

SEANCE PLÉNIÈRE DU CESE
Le travail en questions
Mardi 27 juin à 14h30

Voir la version en ligne

TRAVAUX
du Conseil économique,
social et environnemental

Le travail en questions

Séance plénière en direct

➤ aujourd'hui
➤ à 14h30

Plus d'information

Au cœur de l'actualité et du débat public ces derniers mois, le travail et son organisation sont aujourd'hui de plus en plus bouleversés par les transformations de notre société et de notre économie : dérèglements climatiques, pénurie de ressources et d'énergie, ruptures technologiques portées par la numérisation et l'intelligence artificielle, ou encore vieillissement de la population active.

Une résolution qui réaffirme les préconisations du CESE et qui ouvre un débat national
Fort de sa représentation de la société civile organisée indispensable pour reconsidérer le travail dans toutes ses dimensions, sociale, sociétale, économique et environnementale, et des préconisations des avis votés récemment, le CESE a souhaité adresser ces questionnements en partageant les principaux enseignements des travaux menés dans son enceinte. Il souhaite ainsi contribuer au débat national par une résolution organisée en 4 thèmes : développer de nouvelles organisations du travail en repensant le rapport au travail, engager la mutation des métiers vers une transition juste, dynamiser la démocratie au travail, lutter contre toutes les formes d'inégalités, de discriminations et de précarités.

Découvrez la résolution en suivant la séance plénière en direct
Au nom du Bureau du CESE, **Sophie Thiéry** (Groupe CFDT) président la Commission Travail et emploi introduira le sujet et les rapporteures **Cécile Gondard-Lalanne** (Groupe Alternatives sociales et écologiques) et **Elisabeth Tome-Gertheinrichs** (Groupe Entreprises) détailleront pour chacun des thèmes les principaux points de consensus partagés et les pistes d'actions.

En savoir plus

Rendez-vous **à 14h30**
pour découvrir la résolution du CESE

Retrouvez le CESE sur les réseaux sociaux !







Email 3 : J+15 proposition replay et téléchargement de la fiche

SEANCE PLÉNIÈRE DU CESE
Le travail en questions
Mardi 27 juin à 14h30

Voir la version en ligne

TRAVAUX
du Conseil économique,
social et environnemental

Retour sur : Quels besoins de gouvernance pour les différents usages de la Biomasse ?
Le CESE a adopté l'avis
Découvrez les préconisations

Téléchargez la fiche

Téléchargez la fiche de communication

Après que les scénarios envisagés par la France pour décarboner ses activités s'appuient sur un recours croissant à l'énergie et aux matériaux issus de la biomasse, [100 millions de tonnes (Mt)] nécessaires pour des usages industriels et énergétiques d'ici 2040, contre 83 Mt aujourd'hui, le CESE se veut du côté pour anticiper les conflits d'usages et les besoins futurs, à partir d'un état des lieux des besoins existants.

Le CESE se prononce en faveur d'une gouvernance plus efficace et équilibrée pour des usages nouveaux, sobres et durables de la biomasse.

Les préconisations clés en 4 axes d'actions

1. **Encourager la sobriété** de tous les usages
2. **Renforcer une connaissance** plus transparente des flux à cycles de la matière vivante et de leurs limites
3. **Se doter d'une capacité de co-construction, d'orientation et d'arbitrage** aux différents niveaux territoriaux
4. **Associer et encourager** les acteurs de la biomasse.

Découvrez les propositions
Les rapporteurs **Christine Tuffenault** (Groupe Agri. autrement pour l'innovation sociale et environnementale) et **Basile Fecy** (Groupe Agrobiologie) vous présenteront les préconisations du CESE au nom de la Commission Environnement, présidée par **Sylvain Bouchereau** (Groupe Environnement et Nature).

Voir la vidéo

Retournez la séance plénière

Retrouvez le CESE sur les réseaux sociaux !

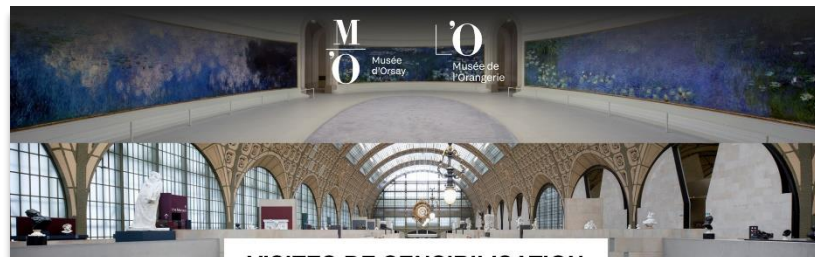






Et pour en savoir plus, retrouvez l'agenda de notre pays, avec grande écoute sur le site national [Biodiversité](#)

Bien
promouvoir ces
événements
c'est le défi du
CESE



VISITES DE SENSIBILISATION POUR LES RELAIS DU HANDICAP ET DU MONDE DE LA SANTÉ

Les visites sont ouvertes aux professionnels et aux bénévoles des structures du handicap et du monde de la santé qui souhaitent accompagner leur(s) groupe(s) aux musées d'Orsay et de l'Orangerie.

> Les visites de sensibilisation de cycle 1 sont ouvertes à tous les nouveaux relais et à ceux qui souhaitent revoir se former.

> Les visites thématiques de cycle 2 sont ouvertes aux relais ayant déjà suivi une visite de sensibilisation (cycle 1) et permettent un approfondissement des connaissances et une appropriation des techniques de médiation.

< Septembre 2023 >

Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sab	Dim
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8

29 Septembre

13:45 - 15:45

Cycle 2 - Visite de sensibilisation

Visite thématique

Exposition-Armands Modigliani. Un peintre et son marchand

Musée de l'Orangerie

Orsay - 75008

Je m'inscris à cette visite

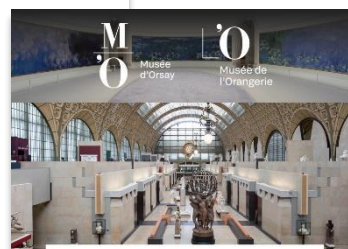
Contact

Mentions légales

Politique de confidentialité

2022 Copier-coller public des musées d'Orsay et de l'Orangerie - Valéry Giscard d'Estaing - Tous droits réservés

Landing page Desktop



VISITES DE SENSIBILISATION POUR LES RELAIS DU HANDICAP ET DU MONDE DE LA SANTÉ

Les visites sont ouvertes aux professionnels et aux bénévoles des structures du handicap et du monde de la santé qui souhaitent accompagner leur(s) groupe(s) aux musées d'Orsay et de l'Orangerie.

> Les visites de sensibilisation de cycle 1 sont ouvertes à tous les nouveaux relais et à ceux qui souhaitent revoir se former.

> Les visites thématiques de cycle 2 sont ouvertes aux relais ayant déjà suivi une visite de sensibilisation (cycle 1) et permettent un approfondissement des connaissances et une appropriation des techniques de médiation.

< Septembre 2023 >

Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sab	Dim
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8

29 Septembre

13:45 - 15:45

Cycle 2 - Visite de sensibilisation

Visite thématique

Exposition-Armands Modigliani. Un peintre et son marchand

Musée de l'Orangerie

Orsay - 75008

Je m'inscris à cette visite

Contact

Mentions légales

Politique de confidentialité

2022 Copier-coller public des musées d'Orsay et de l'Orangerie - Valéry Giscard d'Estaing - Tous droits réservés

Landing page Mobile

MO
Musée d'Orsay
Musée de l'Orangerie

Demande d'inscription à la Visite thématique (cycle 2) de l'exposition Armands Modigliani. Un peintre et son marchand
du 29 septembre 2023 au musée de l'Orangerie

Merci de remplir le formulaire ci-dessous

Nom *

Prénom *

Adresse e-mail

Numéro de téléphone fixe

Numéro de portable

Nom de votre structure *

Votre fonction au sein de la structure

Je m'inscris à la newsletter

☐ Relais du champ social et de l'accessibilité

Cochez cette case pour recevoir les actualités des musées d'Orsay et de l'Orangerie dédiées aux publics du handicap, du monde de la santé et du champ social.

Annuler

Valider ma demande

Pour en savoir plus sur votre droit d'accès et de rectification aux données vous concernant, consultez nos [conditions d'usage](#).

Formulaire d'inscription

Le musée d'Orsay et le musée de l'Orangerie profitent de la technicité des landing pages pour aller plus loin dans l'expérience

#07 | POUR DES CAMPAGNES DURABLES



Le numérique responsable

La minimisation des données

Le ciblage réactif

L'écoconception

L'accessibilité numérique

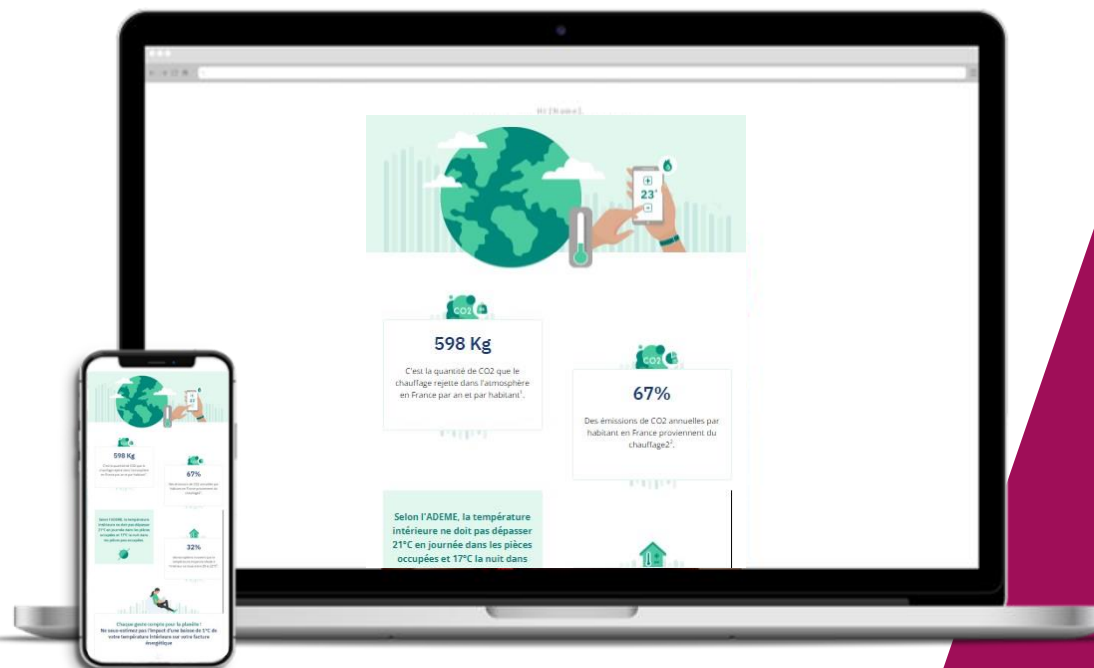
Le dark mode

Objectifs

Communiquer
raisonnablement

Devenir facilitateur
du quotidien

Construire le futur



En plus de
conseils,
Netatmo
applique des
actions à
impact positif
dans ses
campagnes

LES TIPS EN +



Un doute : L'A/B testing

La tonalité

L'omnicanalité

Les notifications

L'audio

Le Mobile first

Objectifs

Harmoniser l'ensemble
de vos communications

Répondre à une tendance
et à l'inclusion

S'adapter aux
habitudes de lecture

Les 3 points à retenir pour une campagne réussie

#1



L'EMPATHIE

Ecoute totale, profonde et désintéressée qui ne cherche pas à influencer l'autre ou la qualité de l'échange. C'est être pleinement **dans l'instant et à l'écoute véritable des vrais besoins de l'autre.**

#2



L'EXPERIENCE

Une **expérience mémorable** est essentielle pour **faire réagir les audiences**. Elle permet aussi de répondre aux attentes d'aujourd'hui. C'est également elle qui construit la fidélité et la recommandation.

#3



LA PERSONNALISATION

La personnalisation idéale serait que chaque lecteur ressente **le même sentiment de satisfaction que lorsqu'il est en contact direct avec une personne physique**. Qu'il se sente compris avec des réponses ajustées à ses attentes et besoins.

Merci pour votre participation !

Des questions ?

Vous recherchez une plateforme pour
concevoir et gérer vos envois email & SMS
Marketing & transactionnel ?

Découvrez Campaign dans une démo de
15 min. qui va démarrer !

Inscrivez-vous via le CTA

Campaign est une **plateforme d'activation email & SMS "made in France"** qui vous permet de concevoir, personnaliser, optimiser et adresser **toutes les typologies de messages** : campagnes Marketing, Trigger, Marketing Automation, transactionnels, notifications et alertes. **Sécurisée et interconnectable** avec tous les outils, elle favorise la **délivrabilité**, le respect du **RGPD** et les démarches **responsables**.

Vos interlocutrices



Dorothée

Dolist

Directrice
Studio

05 57 26 25 77
d.sorin@dolist.com



Tifenn

Dolist

Consultante
Marketing

05 57 26 25 70
t.quegan@dolist.com

À propos de Dolist

Dolist est experte depuis 2000 en Data, Email & SMS Marketing.

L'ensemble de nos solutions vise à optimiser les programmes de Marketing relationnel de nos clients et à créer des relations durables avec leurs publics.

Notre offre associe technologies Marketing (automation, omnicanal, emailing, SMS, datamart, dataviz...) et services de conseil et d'accompagnement multi-plateformes.

Plus de 500 clients utilisent nos solutions pour faire vivre une meilleure expérience à leurs clients.

Informations et actualités : www.dolist.com

Bureaux

France : Bordeaux - Paris - Lyon - La Rochelle

Contactez-nous

Standard : +33 (0)5 57 26 25 70

Email : info@dolist.com