
GUIDE PRATIQUE

Les newsletters CFE-CGC Mutualité

Informer, mobiliser et fidéliser par un rendez-vous éditorial régulier

Finalité du guide	Donner aux sections une méthode simple pour concevoir, produire et piloter une newsletter régulière, claire et utile aux adhérents, DS et relais locaux.
--------------------------	--

Public cible	Usage recommandé	Résultat attendu
DS, RS, RSS, élus CSE, responsables communication et relais de section	Information mensuelle, campagne électorale, suivi NAO, mobilisation et fidélisation	Une audience mieux informée, un lien plus régulier et une identité CFE-CGC Mutualité renforcée

CFE-CGC Mutualité | Information, mobilisation et fidélisation

Sommaire

1. Pourquoi faire de la newsletter un rendez-vous ?
2. Définir la ligne éditoriale et les publics
3. Construire un contenu utile et équilibré
4. Produire une newsletter claire et visuelle
5. Organiser la gouvernance éditoriale
6. Sécuriser les listes et la diffusion
7. Mesurer l'impact et améliorer en continu
8. Fiches pratiques et modèles

Principe directeur

Une newsletter performante ne cherche pas à tout dire. Elle sélectionne les informations qui aident les adhérents et les DS à comprendre, décider et agir.

Introduction

Pourquoi faire de la newsletter un rendez-vous ?

Dans un environnement saturé d'informations, la newsletter crée un point de repère. Elle structure la parole de la CFE-CGC Mutualité, valorise les résultats obtenus et entretient un lien régulier avec les adhérents et les DS.

Les quatre fonctions essentielles

Fonction	Objectif	Exemples de contenus
Informar	Rendre les décisions et actualités compréhensibles	Résultats NAO, accords, jurisprudence, agenda
Mobiliser	Déclencher une participation ou une action	Réunion, consultation, candidature, vote
Fidéliser	Montrer l'utilité concrète de l'adhésion	Services, formations, accompagnements, témoignages
Valoriser	Renforcer l'image et la crédibilité de la section	Victoire locale, présence terrain, action collective

Le changement de posture

À éviter	À rechercher
Un bulletin institutionnel, dense et irrégulier.	Un rendez-vous court, utile, visuel et orienté vers l'action.

Fréquence cible

- Instaurer au minimum une publication mensuelle.
- Conserver un rythme réaliste et prévisible.
- Prévoir des éditions spéciales uniquement pour les sujets majeurs.

1. Définir la ligne éditoriale et les publics

Un message clair pour chaque lectorat

La newsletter doit répondre à une promesse éditoriale stable : apporter chaque mois une information utile, directement exploitable et cohérente avec la ligne de la CFE-CGC Mutualité.

Segmenter sans multiplier les supports

Public	Besoin principal	Angle éditorial
Adhérents	Comprendre la valeur de l'adhésion	Résultats, services, accompagnement, rendez-vous
DS et militants	Agir rapidement sur le terrain	Outils, argumentaires, formations, échéances
Salariés sympathisants	Découvrir les positions et résultats	Enjeux concrets, témoignages, appels à participation
Nouveaux adhérents	S'intégrer et utiliser les services	Parcours d'accueil, contacts, ressources utiles

Règles éditoriales

- Un objet d'email explicite et orienté bénéfice.
- Trois à cinq informations prioritaires par édition.
- Une action attendue clairement formulée.
- Un ton accessible, factuel et mobilisateur.
- Une cohérence avec la charte graphique et les positions nationales.

Formulation utile

Promesse éditoriale	Chaque mois, la CFE-CGC Mutualité vous donne les informations, les outils et les rendez-vous utiles pour comprendre vos droits et agir dans votre section.
----------------------------	--

2. Construire un contenu utile et équilibré

Une architecture stable qui facilite la lecture

Rubrique	Contenu attendu	Part indicative
À retenir ce mois-ci	Message principal, décision ou enjeu prioritaire	20 %
Résultats et négociations	NAO, accords, avancées locales ou de branche	20 %
Actualités CFE-CGC Mutualité	Chantiers, prises de position, calendrier	20 %
Outils et services	ALINEA, formations, webinaires, fiches pratiques	20 %
Témoignage et appel à l'action	Cas concret, inscription, réunion ou mobilisation	20 %

La méthode 1-3-1

1 message central	3 informations complémentaires	1 action attendue
Ce que le lecteur doit retenir	Ce qui éclaire, prouve ou outille	S'inscrire, répondre, participer, partager

Bonnes pratiques rédactionnelles

- Commencer chaque article par la conclusion utile.
- Limiter les paragraphes à quelques lignes.
- Traduire les sigles et éviter le jargon non expliqué.
- Associer chaque chiffre à un impact concret.
- Anonymiser les situations individuelles et sécuriser les témoignages.

3. Produire une newsletter claire et visuelle

Faciliter la lecture sur ordinateur et mobile

La forme doit accélérer la compréhension. Une mise en page simple, constante et hiérarchisée renforce la mémorisation et la crédibilité.

Structure recommandée

Zone	Contenu	Point de vigilance
Objet	Bénéfice ou sujet principal	Éviter les objets génériques
Bandeau d'ouverture	Titre, date, phrase de promesse	Identité visuelle stable
Bloc principal	Information prioritaire et décision attendue	Placer avant le défilement
Blocs secondaires	3 à 4 sujets courts	Titres orientés action
Pied de page	Contacts, désabonnement, ressources	Coordonnées à jour

Checklist visuelle

- Une seule police principale et une hiérarchie de titres stable.
- Des visuels utiles, légendés et libres d'usage.
- Des boutons ou liens explicites : « S'inscrire », « Lire la fiche », « Contacter le DS ».
- Un contraste suffisant et une lecture possible sans image.
- Un test systématique sur ordinateur et smartphone.

Principe de sobriété

Mieux vaut une newsletter courte, lue et suivie d'action, qu'un document complet mais ignoré.

4. Organiser, diffuser et piloter

Un processus éditorial simple et reproductible

Jalon	Responsable	Livrable	Échéance type
Collecte des sujets	DS / responsables de chantiers	Liste priorisée	J-15
Arbitrage éditorial	Référent communication	Sommaire validé	J-10
Rédaction et mise en forme	Contributeurs	Version 1	J-7
Relecture et validation	Binôme éditorial	Bon à diffuser	J-3
Envoi et publication	Gestionnaire mailing	Newsletter diffusée	Jour J
Bilan	Référent communication	KPI et actions	J+7

Sécuriser la diffusion

- Utiliser une mailing list actualisée et segmentée.
- Respecter les règles de confidentialité et les préférences de désabonnement.
- Limiter les droits d'accès au fichier de contacts.
- Tracer la date, la version et le périmètre de chaque envoi.
- Prévoir une version web ou PDF accessible en espace documentaire.

KPI de pilotage

Indicateur	Définition	Cible de progrès
Taux d'ouverture	Messages ouverts / messages délivrés	Progression régulière
Taux de clic	Lecteurs ayant activé un lien	Mesurer l'intérêt réel
Taux d'action	Inscriptions, réponses ou participations	Relier communication et mobilisation
Désabonnements	Retraits après envoi	Identifier les irritants

5. Fiches pratiques et modèles

Modèle 1 - Trame d'une newsletter mensuelle

Bloc	Contenu à compléter
Objet	[Sujet principal] - ce qu'il faut retenir ce mois-ci
Édito court	Une phrase de contexte et la priorité du mois
Dossier principal	Fait, impact pour les salariés, position CFE-CGC Mutualité, action attendue
3 actualités	NAO / chantier / formation ou outil
Témoignage	Citation courte, photo autorisée ou illustration neutre
Agenda	Réunions, webinaires, échéances électorales
Contact	Nom du DS, adresse fonctionnelle, lien documentaire

Modèle 2 - Checklist avant envoi

- L'objet indique-t-il clairement le bénéfice lecteur ?
- Le message central est-il visible dès le début ?
- Chaque lien fonctionne-t-il et mène-t-il au bon document ?
- Les données, chiffres et citations sont-ils vérifiés ?
- Les témoignages sont-ils anonymisés ou autorisés ?
- La newsletter est-elle lisible sur smartphone ?
- La liste de diffusion est-elle à jour ?

Synthèse exécutive

- La newsletter informe, mobilise et fidélise.
- Un rythme mensuel crée un rendez-vous identifiable.
- Une architecture stable améliore la lecture et réduit le temps de production.
- La performance se mesure par l'action générée, pas seulement par l'ouverture.
- Message clé : une voix régulière renforce la visibilité et la crédibilité de la CFE-CGC Mutualité.