

Apprendre le Responsive Design

Formation sur
2 jours

Public

- Webmasters
- Intégrateurs HTML
- Développeurs HTML

Prérequis

- Bonne connaissance de HTML et CSS

Objectifs

- Vous rendre capable de concevoir des emails qui s'adaptent parfaitement à la lecture sur tablette et sur smartphone, tout en conservant un rendu optimal sur ordinateur,
- Vous permettre de maîtriser les limites du responsive design.

Le + : de la pratique

Les thèmes présentés seront illustrés de nombreux cas concrets et de l'intégration d'un email en responsive design.

C. Afchain veille régulièrement sur les évolutions fréquentes du code responsive et remet à jour ses conseils de codage à chaque formation.

Venez avec votre ordinateur et réalisez les exercices avec le formateur sur votre environnement de travail.

Informations pratiques

Formateur :

E Gérard

Durée : 2 jours – 14h

Lieu : Paris 10è

Prix : 1 650 € HT repas inclus

Un ordinateur portable est nécessaire pour suivre la formation

Dates en 2018

Jeudi 15 & vendredi 16 mars

Mercredi 13 & jeudi 14 juin

Jeudi 29 & vendredi 30 novembre

Rappel des enjeux de l'email sur smartphones et tablettes

- Les derniers chiffres et tendances des smartphones et tablettes
- Les usages les plus courants du mobile, le poids de l'email et des différents OS
- Focus sur les spécificités iOS : gestion des images, des polices, reconnaissance CSS3, vidéo...
- Focus sur les spécificités Android : les différents logiciels client
- Focus sur la France en BtoC et BtoB
- Comment mesurer l'ouverture sur environnement mobile ? Les différentes solutions

Les techniques d'adaptation des emails au mobile

- Les différentes tailles d'écran
- La différence entre le design adaptatif design et responsive
- Les différents breakpoints
- Les 5 mythes sur les emails mobiles
- Les 4 approches pour coder un email adapté au mobile
- Les 3 gestions du contenu sur un email mobile
- Rappel des bases du HTML pour l'email
- Rappel des bonnes pratiques de codage CSS
- La balise @media : principes et précautions de mise en œuvre
 - ✓ Usage des balises Min-Width & Max-Width
 - ✓ Gestion des points de rupture
- Quels outils de messagerie prennent en charge les media queries ?
- Les outils d'aide à la conception et aux tests du responsive design

Création d'un email en responsive design de base au framework

- Scalable Design vs Fluid Design vs Responsive Design pour quel type de communication ?
- Mise en pratique

Part I : Réalisation d'un template simple (mobile first)

Coder la structure de base
Ajouter des images et du texte
Créer les styles pour Desktop
Définir les conditions de changement de mise en forme pour les mobiles
Créer les media queries
Modifier de la dimension de l'email pour mobile (largeur fixe, largeur fluide)
Optimiser le contenu (taille des caractères, marge, boutons)
Test de rendu de l'email sur Desktop et mobile

Part II : Structure 2 colonnes

Coder la structure tabulaire en 2 colonnes
Créer les styles pour écrans Desktop
Optimiser les conditions pour les mobiles
Responsive Design
Passer de 2 à 1 colonne sur mobile

Partie III : Structure 3 colonnes

Coder de la structure tabulaire en 3 colonnes
Empêcher les bugs d'Outlook grâce aux commentaires conditionnels
Créer les media queries pour passer de 3 à 1 colonne sur mobile

Part IV : Optimisation des images pour mobile

Qualité d'image
Traitement des images Retina
Recadrer une image sur mobile
Remplacer une image par une autre
Optimisation de la bannière mobile
Optimisation de la mise en page mobile :

- Modifier la taille des caractères
- Modifier les marges sur mobile

Part V : éléments avancés

Masquer des contenus sur mobile (menu, images)
Augmenter la taille du CTA sur mobile
Créer un email responsive sans media queries

Part VI : Les meilleures pratiques

Créer un pre-header pour inciter les utilisateurs mobiles
Structurer la mise en page du footer
Amélioration progressive :

- Arrondir les coins des images
- Ajout d'une ombre (text-shadow et box-shadow)
- Utilisation d'une Web Font pour l'email
- Ajouter du style aux balises ALT

Part VII : Les outils

Litmus, Email on Acid, Putsmail, Litmuscope
HTML Validator, CSS validator, Adobe Brackets, Sublime Text, JPEGmini, tinyPNG, Compressor.io

Part VIII : Augmenter sa productivité

Utiliser un responsive email framework (Foundation for emails, MJml, etc.)
Créer son propre framework (approche modulaire)

S'inscrire en ligne

2 jours – 1 650 € HT

15-16 mars | 13-14 juin | 29-30 novembre