

STRATÉGIE E-MAILING POUR DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ

Que se soit pour de l'acquisition, de la fidélisation ou de l'engagement, l'e-mailing est un outil multi-facette qui est trop souvent sous-estimé ou mal-utilisé ! Notre formation en stratégie e-mailing va vous permettre d'acquérir toutes les bonnes pratiques et vous apprendre à créer des campagnes e-mailing viables et rentable. Ce levier possède un retour sur investissement très intéressant car son coût est faible et bien utilisé, ses retombées financières sont importantes.

OBJECTIFS

- Comprendre le concept de l'e-mailing marketing
- Savoir constituer une base de données viable et pertinente
- Concevoir un message pertinent
- Mettre en place des scénarios de campagne et les planifier
- Optimiser la délivrabilité de vos e-mails marketing
- Mesurer et optimiser votre retour sur investissement

PROGRAMME

Panorama de l'e-mailing aujourd'hui

- Le marché de l'e-mailing : les différents acteurs
- Le comportement de l'internaute
- Les principales forces et faiblesses de ce leviers webmarketing
- Les différents types d'e-mailing marketing
- Point juridique sur l'e-mailing

Préparer et planifier ses campagnes

- Segmenter sa BDD
- La notion de pression marketing
- Cycle de vie d'un abonné e-mail
- Planifier ses envoies en fonction de sa cible

Comment constituer une base de données ?

- Qu'est ce qu'une base de données (BDD) ?
- Méthode de collecte des données
- Enrichir sa base et la qualifier
- Constituer une base de données grâce à son site
- Constituer une base de données hors site
- Autres moyens d'acquérir une base de données

Construire son e-mailing

- Bien structurer son e-mailing
- Choisir son design en fonction de l'objectif de l'e-mailing
- La rédaction du contenu : les méthodes utilisées
- Penser multi-écrans et mobile !
- Bien choisir sa page d'atterrissage pour mieux convertir

INFORMATIONS PRATIQUES

Nombre d'heures de formation

- 7 heures

Type de Formation

- Présentielle

Public

- Gérant d'entreprise
- Responsable communication
- Chargé(e) de communication
- Responsable marketing
- Chargé(e) de marketing
- Freelance

Pré-requis

- Avoir une connaissance générale du web.
- Avoir un projet de création de site web ou gérer un site web

MÉTHODES DE VALIDATION

- Evaluation à chaud et à froid des acquis.
- Attestation de présence.

STRATÉGIE E-MAILING POUR DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ

PROGRAMME

Le routage de l'e-mailing

- Quels sont les grandes solutions de routage ?
- Les bonnes pratiques

Suivre et analyser la performance de ses campagnes

- Les indicateurs à suivre (KPIs)
- Mettre en place son tableau de bord
- Evaluer l'efficacité de sa landing page
- Connaître son ROI pour chaque e-mail marketing.

Optimiser la délivrabilité de ses campagnes e-mailing

- Les enjeux de la délivrabilité
- L'hygiène et la qualité de sa base de données
- La réputation de l'envoyeur
- Attention au filtrage anti-spam (principaux critères)
- Les blacklistes et leur fonctionnement

QUI SONT NOS FORMATEURS ?

Tous les formateurs qui proposent cette formation chez nous sont des experts multi-leviers travaillant sur les stratégies web de nos clients. Ils ont une vision globale de cette dernière et sont capables de vous donner les clefs d'utilisation de l'e-mailing en fonction de vos objectifs et leviers web actifs.

QUEL EST L'INTÉRÊT DE SE FORMER SUR LA STRATÉGIE E-MAILING ?

L'e-mailing est un levier à faible coût et très rentable. Il est assez simple à utiliser à condition de connaître toutes les bonnes pratiques et les règles qui le régissent.

Ce support marketing s'adapte à tous types d'entreprise, qu'elle soit grande ou petite, à partir du moment où celle-ci a le moyen de se créer une base de données convenable.

De nombreuses solutions logiciels existent pour accompagner les entreprises qui veulent se lancer dans une stratégie e-mailing. Ces dernières vous permettront d'être autonome sur la création visuelle et certains aspects ergonomiques et techniques difficilement maîtrisables pour un novice du web.