

FORMATION STRATÉGIE E-MAILING

Vous souhaitez développer votre business web ? Quoi de mieux que de mettre en place une stratégie d'e-mailing marketing ! Ce levier webmarketing, utilisé de la bonne façon, va vous permettre de répondre à toutes les phases de maturité de votre prospect ou client. En effet l'e-mailing va vous permettre d'acquérir de nouveaux clients, de fidéliser les actuels ou encore de créer de l'engagement auprès de votre cible. En outre c'est une solution à faible coût qui permet rapidement de créer des campagnes e-mailing rentables et efficaces.

OBJECTIFS

- Comprendre les principes de l'e-mailing marketing
- Savoir créer et entretenir une base de données
- Savoir mettre en place une stratégie e-mailing efficace
- Analyser ses campagnes pour améliorer son ROI

PROGRAMME

Introduction à l'e-mailing marketing

- Définition et marché de l'e-mailing
- Le comportement des internautes
- Les objectifs des différents types d'e-mailing
- Les forces et faiblesses de l'e-mailing

Le routage de votre e-mailing

- Panel des solutions existantes et comparatif
- Les bonnes pratiques dans le domaine

L'enjeu de la délivrabilité de ses e-mailing

- La qualité de la base de données
- La réputation de l'expéditeur
- Le filtrage anti-spam
- La blacklistes

La base de données (BDD)

- Définition et intérêt de la base de données
- Comment collecter des contacts
- Entretien de la base de données
- Comment constituer une base de données solide

La stratégie e-mailing : préparer et planifier ses campagnes

- La structure de l'e-mailing marketing
- La rédaction de l'e-mailing
- Le choix de la landing page
- Penser aux multi-écrans !

Analyse des performances de vos campagnes

- Les indicateurs (KPIs) à suivre
- Le tableau de bord
- L'efficacité des différents éléments
- Estimer son ROI

INFORMATIONS PRATIQUES

Nombre d'heures de formation

- 7 heures

Type de Formation

- Présentielle

Public

- Gérant d'entreprise
- Responsable communication
- Assistant(e) communication
- Responsable marketing
- Chargé(e) de marketing
- Développeur
- Indépendant
- Responsable e-commerce
- Freelance
- Reconversion...

Pré-requis

- Gérer un projet web ou site e-commerce

MÉTHODES DE VALIDATION

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