

L'email Marketing : technique et méthodologie

Dates et durée de la formation

Durée : 2 jours
Date(s) :
9 et 10 octobre

Public cible

Chargé(e) de com, promotion

Objectifs

Contexte et enjeux

Dans le cadre du déploiement d'une stratégie partagée de la relation client l'email marketing, la newsletter apparaissent comme des outils indispensables et essentiel à la réussite du projet. Cependant pour avoir un véritable impact, pour être visible auprès de clients et de prospects sur-sollicités il est nécessaire de connaître les fondamentaux techniques, ergonomiques et rédactionnels. La maîtrise de de ces pratiques permet d'optimiser les résultats des actions de GRC.

Objectifs de la formation :

- Connaître et appliquer les bonnes pratiques des emails et newsletter.
- Créer des campagnes performantes
- Connaître et appliquer les aspects techniques et de dérivabilité.
- Evaluer et faire évoluer ses messages.

Intervenants

Frédéric Fernandez

Contenu de la formation

Contexte et environnement de l'email marketing

- Le comportement des destinataires face à l'e-mailing
- La place du canal email dans la stratégie générale de relation client
- Chiffres et statistiques sur l'email marketing.

Connaître et appliquer les bonnes pratiques :

- Identifier les objectifs et contenus d'une newsletter).
- Les éléments à mettre en place pour être identifié et lu
- Organisation des contenus (structuration, hiérarchisation)
- Recommandation rédactionnelle pour des messages percutant.
- Augmenter le taux de clic par l'ergonomie et le design.

Connaître et appliquer les aspects techniques et de dérivabilité.

- Qu'est-ce la délivrabilité ?
- Les facteurs qui affectent la délivrabilité.
- Les conseils pour optimiser les chances d'arriver en inbox.
- Les techniques à connaître (HTML, les ratios texte/image, lisibilité des textes, responsive.
- La To-do-List d'une campagne.

Evaluer et faire évoluer les messages.

– Savoir analyser les résultats d'une newsletter

- **Nombre de personnes** : 14

- **Code action** : 20882