

Créer et animer des campagnes newsletter / emailing

L'email est un des outils de prospection et de fidélisation qui permet de garder le lien avec vos clients prospects. Avec cette formation, apprenez les bonnes pratiques de la newsletter et de l'email-marketing et créez des campagnes emailing efficaces !



Durée

1 JOUR (7 h) peut être fractionné en deux sessions
En présentiel



Public visé

Commerciaux, technico-commerciaux, tous les profils commerciaux faisant de la vente en face à face, toute personne placée régulièrement en situation de vente



Modalités d'accès & accessibilité

Délai d'accès : inscription minimum 48 h avant la date de formation inter-entreprise

Accessibles à tous, y compris aux personnes en situation de handicap (voir page 11)



Niveau requis

Aucun



Méthode pédagogique

- Alternance d'apports, d'ateliers, d'études de cas et d'échanges avec les participants
- Formation action : vous êtes "concepteur" et "animateur" pendant la formation, avec le feed-back personnalisé du formateur
- Au fil de vos propres mises en pratique, et de l'observation des autres participants, vous progressez en confiance et en maîtrise des techniques du formateur



Objectifs

- Identifier les différentes étapes de la conception et de l'envoi d'une newsletter ou d'un emailing.
- Découvrir l'outil « send in blue ou mailjet »
- Gérer votre communication de façon dynamique pour élargir et engager votre clientèle
- Apprendre les bonnes pratiques du mailing marketing et de la newsletter



Programme

Introduction à l'email-marketing

- Le marché et les chiffres
- Des deux approches différentes : emailing ou newsletters
- Opt-in et la réglementation RGPD

Comprendre la notion de délivrabilité

- Les spams, NPAI, SPAMWORD et SPAMTRAP
- Le fonctionnement des filtres mail
- Les 4 axes pour assurer une bonne livraison

Gérer efficacement sa base de contacts

- Créer sa base de contacts
- Les points de collecte qualification et valorisation des données
- Les types de segmentation
- Les cibles et travailleurs marketing
- Gérer les noms ouvreurs
- Préserver la fidélité de sa base

Construire son message et préparer sa campagne

- Les points incontournables pour une campagne efficace
- Mettre en place le message
- Le call to action
- Le contenu de l'emailing
- Adapter son message au mobile
- Les paramètres d'expédition
- Méthodologie de test de message

Planifier et lancer sa campagne

- Faire les tests en amont
- Choisir les meilleurs créneaux horaires (B2B ou B2C)
- Collecter des données de « tracking »

Analyser ses résultats identifier les opportunités d'amélioration

- Les principaux indicateurs de l'emailing marketing
- Le taux de transformation et ROI
- Les 10 conseils



- L'apprentissage s'effectue dans un cadre ludique (Salle en lumière du jour spacieuse dans un espace propice à des formations réussies - WiFi - Ecran HD tactile - Présentations PowerPoint) les participants fournissent un investissement personnel important (participation, sortie de zone de confort) avec plaisir
- Cas pratiques et jeux de rôle reprenant des situations réelles du milieu professionnel
- Nombreux échanges avec le participant et apports du formateur

Session de 1 à 8 participants

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clefs pour favoriser la mise en application et les axes d'amélioration
- Nos formateurs ont une grande expérience terrain
- Travail sur les situations concrètes des participants

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence et attestation loi ALUR
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

