

FORMATION EMAIL MARKETING : QUELLES STRATÉGIES POUR QUELLES PERFORMANCES ?



- 🗣️ Présentiel ou distanciel
- 📍 Paris, France ou International
- 🕒 7 heures soit une journée
- 📅 E-learning sur demande
- 🏢 Inter, intra, coaching, sur-mesure ou sur étagère
- 👥 3 à 12 personnes
- 💰 à partir de 980€ HT / pers. / jour
- 📄 Référence 20201339

Objectifs

- 👉 Construire et gérer une base de données d'emails
- 👉 Concevoir une stratégie de conquête et de fidélisation
- 👉 Mesurer et optimiser le retour sur investissement de ses campagnes
- 👉 Animer ses réseaux sociaux grâce à l'email marketing

Formateur

Notre formateur, expert en emailing, possède une expérience et une maîtrise opérationnelle de plus de 10 ans.

Prérequis de la formation

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

À qui s'adresse cette formation ?

Directeurs marketing, Responsables marketing, Chargés marketing, Chefs de projet marketing, Community managers, Responsables fidélisation, Chargés d'acquisition, Opérateurs de campagne email.

Présentation

L'email marketing doit être au cœur de votre stratégie relationnelle car il reste l'un des meilleurs leviers marketing. C'est le seul moyen de contact avec vos prospects et clients pour lequel vous maîtrisez l'ensemble de la chaîne. Une base de données email est une mine d'or comparée à une base de followers (sur Twitter), de fans (sur Facebook), de contacts (sur LinkedIn)...

Conscient de l'évolution des moyens de communication et des outils d'accès, la DigitalAcademy© propose une formation « Email Marketing ».

Quelle stratégie de conquête et de fidélisation mettre en place pour exploiter cette mine d'or ? Quelles stratégies pour quelles performances ? Comment mettre en place un programme de contenu pertinent ? Quel ton rédactionnel utiliser ? Avec quelle fréquence, quel format, pour quel support de lecture ?

Cette journée vous permettra de mettre en place les bonnes pratiques pour atteindre vos objectifs business mais également de vous informer des nouvelles pratiques et des nouveaux comportements des clients en email marketing.

Programme

Introduction

- Une nouvelle « Consommation » des emails
- Impact de la mobilité
- Les nouvelles « inbox » des consommateurs

Définir sa stratégie

- Recrutement
- Fidélisation
- Service
- Trigger

Définir ses objectifs

- Commerciaux
- Communication
- Marketing
- Corporate
- Influence

La base de données

- Construire sa base de données (BDD)
- Segmentation
- Délivrabilité

L'email

- Structure des emails
- Construction d'un message (bonnes pratiques)
- Programmation d'une campagne (planification et envoi)
- Atelier : mesurer l'efficacité d'un email
- Atelier : créer un email A/B testing

Comprendre et apprendre

- Une seule règle : Test & Learn
- Metrix et analyse de la performance des campagnes et du comportement de ses clients/prospects

Conclusion de la journée, évaluation et tour de table

Quelle est la méthodologie pédagogique employée ?

Apport d'expertise du formateur, quiz, travaux pratiques, atelier, échanges d'expérience.

Quelles sont les modalités pédagogiques employées ?

Évaluation à travers un questionnaire en fin de formation.

Version 1, mise à jour le 1 janvier 2020

Organisme certifié



★★★★★ 4.7/5

Satisfaction de nos apprenants en 2019

www.digitalacademy.fr