



FORMATION MAILCHIMP

NIVEAU 1 (1 jour)

Une campagne d'emailing réussie nécessite de plus en plus d'expertise compte tenu de la "permission marketing" et des nouvelles contraintes techniques et juridiques. Cette formation à la réalisation de campagnes e-mailing efficaces se déroule sous forme d'un atelier pratique et permet de travailler sur ses propres campagnes d'e-mailing responsive.



Pour qui

Prérequis

Objectifs

Durée

Éligibilité

ONE UP

3 Boulevard de l'Europe
68100 - Mulhouse

www.one-up.pro

contact@one-up.pro

06.15.200.261

Le programme de la formation

En amont, un autodiagnostic pour se situer et définir ses priorités

1/ Définir sa stratégie d'e-mailing

- Usage actuel des e-mails en BtoC et BtoB.
- De la stratégie d'outbound marketing à la stratégie d'inbound marketing.
- Les approches de prospection et promotion en BtoC et BtoB.

2/ Concevoir un e-mail responsive

- Rédactionnel : règles clés, intérêt de la personnalisation et du ciblage.
- Responsive Design : cas des e-mails lus sur mobile ou tablette.
- Améliorer les taux d'ouverture, les taux de réactivité, les performances des landing pages.

3/ Mettre en place et mesurer ses campagnes e-mailing

- Brief, check-list et planning type.
- Metrics clés : analyses et décisions
- Les benchmarks

4/ Optimiser la délivrabilité

- Les enjeux de la délivrabilité.
- Quels paramètres affectent la délivrabilité de ses e-mails.
- Mesurer la délivrabilité de ses e-mails.
- Base de données : règles d'hygiène, comment gérer les inactifs.

5/ Développer son potentiel d'adresses e-mails

- Mécanismes de capture d'e-mails sur son site ou en point de vente.
- Jeux concours, tirages au sort et co-registration (co-abonnement).
- Louer des adresses e-mails : budgets de référence en B to B et en B to C.
- Évaluer l'intérêt des médias sociaux pour capturer des adresses.

6/ Planifier ses campagnes e-mailing

- Définir son plan en intégrant une logique de test (split runs) et de relance.

Pour qui

- Responsable marketing digital, webmarketing, chargé de campagne e-mailing.
- Chef de projet webmarketing et communication digitale.
- Chargé de marketing direct.
- Toute personne impliquée dans la réalisation d'opérations d'e-mailing, ou en charge des campagnes de webmarketing.

Prérequis

- Cette formation ne nécessite pas de prérequis.