

## POUR QUI ?

- Collaborateurs en charge de la mise en place de campagne de newsletter

## PRÉREQUIS

- Pas de prérequis

## ORGANISATION

- 10 à 12 participants maximum
- Evaluation des connaissances par QCM et exercices pratiques
- Attestation *Genesis Conseil* de formation professionnelle délivrée à chaque participant

## HANDICAP

- Contactez-nous pour étudier ensemble les possibilités de suivre nos formations.

## HONORAIRES

au 01/01/2022

- 2 jours d'animation à 1250 € TTC/jour, soit 2500 €

## VOTRE FORMATEUR

*Frédéric FERNANDEZ*

- DESS Tourisme, sport et développement régional
- 25 ans d'expérience en conduite de projets, management des hommes et des équipes
- Expert du e-tourisme et de l'accompagnement à la digitalisation

## Contactez-nous

☎ 05 61 66 04 99

✉ [humanis@genesis-conseil.com](mailto:humanis@genesis-conseil.com)

🌐 [www.genesis-conseil.com](http://www.genesis-conseil.com)

# L'EMAIL MARKETING : TECHNIQUE ET MÉTHODOLOGIE

## Formation

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Appliquer les bonnes pratiques des emails et Newsletters
- Mettre en place les aspects techniques et de « délivrabilité »
- Evaluer les résultats et faire évoluer ses messages

## PROGRAMME

### Jour 1 Contexte et environnement de l'email marketing

1. le comportement des destinataires face à l'émailing
2. la place du canal email dans la stratégie générale de relation client
3. des chiffres et des statistiques sur l'email marketing

### Connaître et appliquer les bonnes pratiques

1. identifier les objectifs et les contenus d'une newsletter
2. les éléments à mettre en place pour être identifié et lu
3. organisation des contenus (*structuration, hiérarchisation*)

### Jour 2 Connaître et appliquer les bonnes pratiques (suite)

4. recommandations rédactionnelles pour des messages percutants
5. augmenter le taux de clic par l'ergonomie et le design

### Connaître et appliquer les aspects techniques et de délivrabilité

1. qu'est-ce que la délivrabilité ?
2. les facteurs qui affectent la délivrabilité
3. les conseils pour optimiser les chances d'arriver en inbox
4. les techniques à connaître (*HTML, ratios texte/image, lisibilité des textes, responsive*)
5. la "To-do-List" d'une campagne

## MÉTHODE ET TECHNIQUES UTILISÉES

- 2 journées ponctuées d'exercices et d'exemples, avec l'analyse de documents
- Apports méthodologiques, conseils, ateliers de réflexion...
- Privilégier l'échange et l'interactivité avec les participants