

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

🌐 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'emailing
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