

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
- Un certificat de réalisation délivré à chaque participant
- La formation n'est disponible qu'en intra. Elle pourra se réaliser aux dates concertées avec un délai minimum de 3 semaines après la signature de la convention.

HANDICAP

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

HONORAIRES

 au 15/11/2023

- 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

✉ frederic@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 (14H DE FORMATION)

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