



Formation E-mailing – E-marketing (Infolettre)

Introduction à la formation E-mailing

Qu'est-ce qu'un e-mailing ?

La législation de l'e-mailing

Outils nécessaires

Découvrir les enjeux de l'e-mailing

Déterminer les performances attendues

Stratégies marketing

Les avantages de l'e-mailing

Les objectifs stratégiques (la conquête, la fidélisation,...)

Les approches de prospection et promotion en B to C et B to B.

Atelier pratique: *Définir sa stratégie d'e-mailing*

La base de contacts

Réseaux sociaux

Jeux concours, tirages au sort

Louer des adresses e-mails

Les différents moyens de collecte

Les méthodes à éviter

Construire son message

Type de message (Newsletters, message d'information, jeu concours, invitation...)

Format des messages

Personnaliser le message

Hiérarchiser et organiser le contenu

Choisir sa charte graphique

Trouver des images

Poids des images

Responsive Design : cas des e-mails lus sur mobile ou tablette.

Atelier pratique: Concevoir un e-mail

Routage emailing

Choisir son créneau d'envoi

Définir une fréquence (hebdomadaire, mensuelle...)

Outils pour suivre l'impact de sa campagne d'e-mailing

Publipostage

Logiciels dédiés([Sarbacane](#), oxymailing,,,,,)

Le paramétrage du logiciel d'envoi

Les envois groupés

Les envois personnalisés

La gestion des erreurs: nettoyage et optimisation de la base

Faire appel à une société spécialisée en routage

Les résultats

Les e-mails non aboutis, les NPAI,...

Le taux de désabonnement

Le taux d'aboutis

Le taux d'ouverture

Le taux de clics

Récapitulatif

Aspect juridique de l'e-marketing

Intégrer les mentions légales

Autres règles juridiques

Nous contacter:
Doussou Formation
Email: info@doussou-formation.com
<http://doussou-formation.com>

