

Concevoir des mailings et e-mailings efficaces



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Maîtriser les potentialités de l'e-mail
- Savoir mener une stratégie d'e-mail marketing (quand ? comment ?)
- Savoir adapter son mail à ses objectifs et à ses cibles



PUBLIC CONCERNE

- Tout public amené à communiquer avec l'extérieur



PREREQUIS

- Connaissance de l'environnement micro-informatique et Internet
- Connaître des techniques rédactionnelles et publicitaires



MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne 30 à 50%)
- Remise d'un support de cours.



MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles



MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.
- Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

- A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



ORGANISATION

- Délai d'accès : 5 jours ouvrés (délai variable en fonction du financeur)
- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



ACCESSIBILITE

- Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
- Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.



CERTIFICATION POSSIBLE

- Aucune

Concevoir des mailings et e-mailings efficaces

PRESENTATION DE LA FORMATION, DES PARTICIPANTS ET DE LEURS ATTENTES SPECIFIQUES

LA COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE

- La communication de l'entreprise
- Les avantages d'un e-mailing
- Les limites
- Découverte de l'e-mailing marketing

LES DIFFERENTS TYPES DE MAILINGS ET LEURS OBJECTIFS

- Les différents postes de coût
- Les coûts de création et de réalisation des messages
- Les coûts de reproduction, de logiciels, de diffusion
- Les coûts de location des adresses

LES TECHNIQUES REDACTIONNELLES

LA GESTION DES CAMPAGNES

- La gestion des campagnes
- Le timing de campagne
- Les tests d'optimisation
- La logistique de campagne

LA MESURE DES RESULTATS

- Les enjeux et différents types d'indicateurs
- Les résultats d'émission, la mesure des taux de clics
- La mesure des effets en point de vente

BILAN, EVALUATION ET SYNTHESE DE LA FORMATION