

Les fondamentaux de l'e-mailing

Planifier les différentes étapes d'une campagne e-mailing et en évaluer la qualité

1 jour / 7 heures

Tarif inter **750 € HT**

CODE: WM103

Tarif intra à partir de **1590 € HT** par jour (voir page 14)

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et les usages de l'e-mailing
- Élaborer un cahier des charges
- Planifier les différentes étapes d'une campagne e-mailing
- Évaluer la qualité d'une campagne e-mailing

PUBLIC CONCERNÉ

Chargés de marketing, chargés de communication, toute personne en charge d'organiser ou de planifier une campagne e-mailing ou une newsletter...

PRÉ-REQUIS

Une bonne culture digitale facilitera l'accès à cette formation.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



Module
Présentiel

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices.

► Quiz Amont / Quiz Aval (voir page 8)

MOYENS TECHNIQUES / SUIVI

Informations générales: voir page 195

PROFIL DE L'INTERVENANT

Webdesigner / E-mail designer ayant plus de 10 ans d'expérience en enseignement.

PROGRAMME

Comprendre les enjeux et les usages de l'e-mailing

- Identifier les différents objectifs d'un e-mailing
 - e-mailing d'acquisition et de prospection
 - e-mailing de fidélisation
 - e-mailing transactionnel
- Identifier les chiffres-clés et les usages en France et dans le monde
- Appréhender l'importance des usages du mobile et les conséquences sur la conception des e-mailings
- Connaître le vocabulaire de l'e-mailing
 - délivrabilité, spam
 - taux d'ouverture, taux de clic
 - anatomie d'un e-mail

→ **Étude de cas: analyse d'e-mailings**

Élaborer un cahier des charges

- Définir les objectifs et les performances attendues
- Identifier sa cible
- Identifier les clients mails majeurs au regard de sa cible
- Définir les types de contenus et les fonctionnalités attendues
- Fournir les éléments d'un brief créatif

→ **Exercice: mise en place d'un cahier des charges**

Planifier les différentes étapes d'une campagne e-mailing

Concevoir la maquette fonctionnelle (wireframe)

- Créer un rough
- Identifier les différents outils de wireframing

Concevoir la maquette graphique

- Gérer la surface et la typographie
- Identifier les formats d'images (JPEG, GIF, PNG)
- Définir un ratio texte / image optimal
- Concevoir une maquette adaptée aux supports mobiles
- Découvrir des outils de création

Développer le code HTML d'un e-mail

- Définir le poids du fichier HTML
- Choisir Doctype et l'encodage du caractère
- Créer la structure de base HTML
- Choisir un outil de codage HTML adapté
- Choisir et utiliser un outil de templating

Envoyer l'e-mailing

- Élaborer et utiliser une check-list avant l'envoi
- Identifier les différentes solutions d'envoi
- Évaluer les critères à prendre en compte pour bien choisir sa solution

→ **Exercice: mise en place d'une maquette fonctionnelle (wireframe) / Analyse d'e-mailings**

Évaluer la qualité d'une campagne e-mailing

- Analyser les résultats d'une campagne (délivrabilité, taux d'ouverture, taux de clic, zones chaudes)
- Évaluer les risques de spam
- Évaluer le poids d'un e-mail
- Vérifier la qualité du code HTML
- Tester la qualité du rendu

→ **Exercice: manipulation d'outils en ligne permettant d'évaluer la qualité d'une campagne e-mailing**

PLANNING PARIS

>	>
>	>
>	16 septembre 2019
5 avril 2019	>
>	>
>	6 décembre 2019

L'INFO EN +

Nous organisons régulièrement cette formation sur le site de nos clients. Pourquoi pas dans votre entreprise? Contactez-nous!