

# Réussir ses campagnes emailing

## Formation-atelier de conception de campagnes d'emails

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Réaliser une campagne d'emailing de A à Z.
- Concevoir des emails efficaces.
- Mesurer les résultats.

### POUR QUI

- Responsable marketing, chargé de campagne emailing.

### PROGRAMME

---

#### Jour 1

##### 1 - Usages et enjeux autour de l'emailing

- Usages et perceptions des consommateurs et des professionnels.
- Enjeux BtoC, BtoB.
- Intégrer les enjeux de développement durable et de RSE.

##### 2 - Définir sa stratégie d'emailing

- L'étoile de l'emailing : les 5 paramètres qui optimisent le succès d'une campagne.
- Les approches de prospection et promotion en BtoC et BtoB.

##### 3 - Concevoir un email efficace

- Rédactionnel : règles clés, intérêt de la personnalisation et du ciblage.
- La copy : création graphique.
- Responsive Design : les emails lus sur mobile ou tablette, l'importance de l'objet et du preview text.
- Maquette : optimisation de la lisibilité, de la délivrabilité et de l'accessibilité.
- Les bons réflexes pour s'inscrire dans une démarche développement durable.
- Améliorer les taux d'ouverture, les taux de réactivité, les performances des landing pages.

### INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 10

Réf : 4160

#### Jour 2

##### 4 - Mettre en place et mesurer ses campagnes emailing

- Brief, check-list et planning type.
- Metrics clés : analyses et décisions.
- Effectuer les tests avant routage.

##### 5 - Optimiser la délivrabilité

- Enjeux, paramètres et mesure de la délivrabilité de ses emails.
- Base de données : les règles d'hygiène, comment gérer les inactifs.

##### 6 - Développer son potentiel d'adresses emails

- Mécanismes de capture d'emails sur son site ou en point de vente.
- Jeux concours, tirages au sort et co-registation (coabonnement).
- Louer des adresses emails.
- Évaluer l'intérêt des médias sociaux pour capturer des adresses.
- Respecter les règles pour la collecte de données : RGPD.

##### 7 - Planifier ses campagnes emailing

- Définir son plan en intégrant une logique de test (split runs) et de relance.
- Optimiser le rythme des routages pour préserver ses bases et limiter les impacts environnementaux.
- Choisir une solution de routage.