

*La réussite d'une stratégie email marketing passe bien sûr par la connaissance des fondamentaux législatifs de l'emaling. Mais une stratégie email marketing réussie, c'est bien plus de facteurs à maîtriser : délivrabilité, choix des fichiers, conception technique du message, objet et expéditeur sont autant d'éléments qui peuvent faire réussir ou échouer vos campagnes.*

## Objectif général

Apprendre à concevoir et maîtriser une stratégie emailing efficace et augmenter la performance de vos campagnes emailing.

## Méthodologie

- Module participatif, formation enrichie d'études des cas réelles, de vidéos, d'exercices interactifs et de best practices.



**1 JOUR - 1600 € HT**

**Niveau :** Aucun pré-requis exigé.

### Méthode pédagogique :

La méthodologie de formation sera active, basée sur l'interactivité avec les participants et sur les études de cas.

Hors frais de déplacement, location de matériel, reprographie.

Formation jusqu'à 7 personnes, au delà, nous consulter.

## La législation

- Le rôle de la CNIL
- Le consentement préalable
- L'optin, optout, double optin, optin partenaires

## La délivrabilité.

- Définition et fonctionnement
- Les facteurs importants
- Comment améliorer sa délivrabilité

## Les fichiers

- Rassembler les sources d'email
- Gérer les NPAI, désabonnés
- Vérifier la qualité de saisie
- Segmenter son fichier
- Gérer les inactifs

## Le message

- Analyse du regard
- Email rendering
- L'affichage des images
- Spécificité du message email (taille, police, rédaction)
- Les call to action
- Les feuilles de style
- La charte graphique
- Exemples de message d'acquisition et fidélisation

## L'entête

- Comment bien rédiger son objet
- Soigner son expéditeur
- L'adresse expéditrice
- Le pré header
- L'entête technique

## Les statistiques

- Taux d'aboutis
- Taux d'ouverture
- Taux de clics
- Taux de réactivité
- Taux de plaintes
- Calculer un coût d'acquisition