

E-mail marketing

Optimiser sa campagne e-mailing,
de la conception à l'analyse des résultats



PRÉSENTATION

Le marketing direct se développe du fait de son faible coût et de la facilité de mise en œuvre. Il existe toutefois des bonnes pratiques à respecter et des outils spécifiques qui vont permettre de rationaliser cette pratique et augmenter ses chances de réussite.

Cette formation propose un panorama des différentes phases d'une campagne depuis la création des messages en accord avec la stratégie de communication jusqu'à l'évaluation des campagnes d'envois. Pour cela, nous étudierons certaines solutions en ligne permettant de construire et de suivre ses campagnes en temps réel. Quel format doit prendre le document ? Quelles sont les contraintes légales ? Comment analyser les résultats ?

Ce sont les questions auxquelles cette formation se propose de répondre.

COMPÉTENCES VISÉES

À l'issue de la formation, vous serez en capacité de :

- Construire une campagne d'e-mailings et de newsletters.
- Utiliser et maîtriser l'outil Mailchimp



MODALITÉS D'INSCRIPTION

- 1 - [Télécharger le bulletin d'inscription](#)
- 2 - [Nous contacter](#)



INFOS



PUBLICS

Salariés de PME et/ou associations ayant dans leur fonction une mission de communication commerciale ou de promotion, et qui ont besoin de correspondre régulièrement avec leur base de données sans pour autant atteindre des volumes trop importants (environ 12 000 mails par mois ou 2 000 contacts).



PRÉ REQUIS

Pas de pré-requis particulier si ce n'est une base de données opt-in (adresses courriel avec le consentement des personnes y figurant si ce sont des personnes physiques).



INTERVENANT·E·S

Olivier LALLEMENT : Maître de conférences à l'IUT Techniques de commercialisation - La Rochelle Université



DURÉE

• 2 jours 1/2, 20 heures



DATES

• Nous consulter



TARIFS

• Tarif : 950 euros net de taxes



LIEU DE FORMATION

La Rochelle Université

CONTENU



Présentation de la communication directe

Présentation sur la communication en général et la communication directe en particulier :

- Présentation de l'outil e-mail, son développement et son management (contraintes légales, commerciales),
- Exemples de campagnes récentes avec une analyse des critères de réussite ou d'échec (les exemples pouvant venir des participants eux-mêmes).

Bonnes pratiques et gestion de bases de données

- La Check-list du bon envoyeur : panorama de l'ensemble des règles qui s'imposent à un envoyeur pour respecter les lois et les bonnes pratiques. Les notions de e-réputation et la gestion d'une base de données,
- Découverte du logiciel « Mailchimp ».

Création d'une campagne d'envois sur mailchimp

- Travail sur la base de données et le ciblage (qui je choisis et comment) : scoring d'une base de données,
- Création du document sur le logiciel,
- Envoi de la campagne (la base de données est ici factice).

Évaluation et analyse des résultats

- Analyse des retombées de la campagne (qualitatif et quantitatif),
- Rédaction d'un rapport d'étude et propositions de modifications.



MODALITÉS et MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques
- Étude de cas
- Exercices de mise en pratique



MODALITÉS DE VALIDATION

Une attestation de fin de formation est remise aux stagiaires à l'issue de la formation.



À NOTER

Cette formation est issue du
[Diplôme d'Université Marketing digital](#)

À ce titre, les participants seront intégrés aux stagiaires du DU.



CONTACT

MAJ 20/08/2019

La Rochelle Université
Pôle Formation continue

formationcontinue@univ-lr.fr
05 16 49 65 18

N° Siret : 19170032700189
Code APE : 8412Z
N° de déclaration d'activité : 5417P001817

univ-larochelle.fr/formation/formation-continue/

Nous rencontrer :

2, Passage Jacqueline de Romilly
La Rochelle - Face à la Maison de l'Étudiant - Parvis de la BU

Nous écrire :

Université de La Rochelle - Pôle Formation continue
23, Avenue Albert Einstein - BP 33060 - 17031 LA ROCHELLE

