

WEB - E-MAILING ET NEWSLETTERS

DURÉE

2 journées - 14 heures

LIEU

IHECS ACADEMY
27 rue des Grands Carmes
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

marie.noack@ihecs-academy.be

Comment convaincre les visiteurs de votre site à s'abonner à votre newsletter ? Comment s'assurer que vos abonnés lisent réellement cette newsletter ?

Cette formation répondra à vos questions et vous apprendra à créer des newsletters et des e-mailings percutants.

CONTEXTE

L'envoi de newsletter via le canal email est un incontournable dans le secteur professionnel. Ce média offre l'opportunité exceptionnelle de rentrer en relation avec ses prospects et clients dans un contexte hautement personnalisé.

Comment assurer le succès de vos newsletters ?

L'email marketing demeure, encore à l'heure actuelle, un très bon outil d'acquisition, de conversion directe ou encore de fidélisation d'un client. L'emailing est efficace si vous l'intégrez dans une approche stratégique digitale spécifique et que vous respectez quelques bonnes pratiques. Ce cours vous permettra de comprendre comment mettre en place des campagnes efficaces : de la segmentation de vos données, en passant par la rédaction, l'envoi grâce à un logiciel dédié et l'analyse de vos résultats.

OBJECTIFS

- Déployer une stratégie d'email marketing
- Mettre en place une campagne complète d'emailing en utilisant un logiciel dédié
- Définir des objectifs et des mesures permettant d'analyser les résultats d'une campagne
- Constituer et encoder une base de données "clients" pouvant être segmentée
- Mettre en place une stratégie de captation de données afin d'engager la conversation avec son audience d'une manière personnalisée tout en respectant la vie privée de celle-ci
- Acquérir les bonnes pratiques rédactionnelles de l'écriture d'email
- Maîtriser les contraintes techniques permettant de garantir une bonne délivrabilité de vos emails (FAI, filtrage, spam)

CONTENU

1. Tour d'horizon des solutions disponibles (gratuites et payantes)
 - La différence entre des solutions d'email marketing, de marketing automation et de CRM
 - Comment choisir son outil d'email marketing ?
2. Pourquoi l'email marketing ? C'est pour pourtant "has been" ...
 - Email is dead... Long live email !
 - Chiffres clés sur les tendances de l'email marketing
 - L'identification digitale des gens
 - Les leviers offerts par l'email
3. Définition des objectifs et apprentissages souhaités
 - Mettre en place les KPI (KPI = Key Performance Indicators = Indicateurs de Performances Clés)
 - Les benchmarks et surtout votre benchmark
4. Se concentrer sur les données marketing
 - Big data ou smart data
 - Ciblage, personnalisation, analyse

WEB - E-MAILING ET NEWSLETTERS

DURÉE

2 journées - 14 heures

LIEU

IHECS ACADEMY
27 rue des Grands Carmes
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

marie.noack@ihecs-academy.be

6. Radiographier un parcours client
7. Processus de création d'une campagne email
 - Création d'une campagne au travers de la solution ACTITO
 - A/B Testing
 - Intégration des codes « Google Analytics »
 - Gestion du contenu
 - Personnalisation du contenu
 - Condition d'affichage sur base des données consommateurs
 - Définition du public cible de la campagne
 - Phase de test
 - Envoi
8. Et quid du mobile dans tout ceci ?
 - Comprendre l'enjeu du mobile
 - Le consommateur, encore et toujours
 - Le contexte : la clé du succès
9. Comment analyser les résultats
 - Suite à l'envoi, être capable de comprendre les indicateurs
 - La délivrabilité, what's that?
 - Définir le prochain apprentissage
10. Mettre en place une stratégie d'apprentissage continu
 - Test, learn, iterate... bien plus que 3 mots buzz
 - L'agilité et l'itération au profit de votre succès

PUBLIC CIBLE

Spécialistes marketing, Webmasters, e-Business managers, Content managers, Responsables de la communication, Responsables de projets, Copywriters... Toute personne intervenant dans le développement de la relation client.

FORMATEUR

Jonathan Wuurman est un passionné du digital! Tombé dedans il y a presque 10 ans après un parcours dans la vente directe, il a pu mettre à profit sa formation de Bachelier en Marketing Management pour rapidement comprendre les enjeux des marketeurs modernes. Fervent défenseur de l'itération et de l'apprentissage continu, il se fera une joie de vous faire découvrir les milles et une possibilités qu'offre le Marketing Automation aux sociétés soucieuses de développer une relation étroite entre une marque et un consommateur.

Il vous emmènera dans une aventure où la technologie se met au service de la stratégie avec une approche "hands-on" et dans une optique de partage perpétuel.