Formation E-mailings et newsletters : concevoir et mettre en œuvre des campagnes

Durée : 14 heures

Certification : BTS négociation et digitalisation de la relation client

Prix : 1650

Référence : 21011581

Catégorie	Communication et Marketing
Sous-catégorie	Marketing Digital
Pour qui ?	Responsables et chargés de communication, responsables marketing, community managers et rédacteurs web
Prérequis	Aucun
Objectifs pédagogiques	Gérer les relations client à distance et digitalisation, Formaliser une stratégie de production et de diffusion de contenus (emails, newsletters) par courrier électronique Appliquer les règles d'écriture et de production de contenus multimédia Maîtriser les outils et respecter les règles de diffusion de contenus par courrier électronique Piloter, suivre et évaluer les performances de campagnes e-mailing et l'impact de newsletters Relation client à distance et digitalisation (Bloc 2 BTS Négociation et digitalisation de la Relation Client)
Contenu de la formation	ELABORER SON PROJET Analyse de la politique marketing et communication Web de l'entreprise : analyse de l'existant et de la stratégie Prise en compte des composantes du mix marketing : politique produits, services, distribution, prix, promotion... Définition des objectifs et cibles de la newsletter ou de la campagne e-mailing Réalisation du cahier des charges finalisé : composantes de communication, techniques et budgétaires Exercices : initialisation du projet ou état des lieux du projet de chaque participant

	CONCEVOIR SA CAMPAGNE DE E-MAILING OU SA NEWSLETTER Spécificités des médias Web : lecture, interactivité, liens hypertextes... Organisation et gestion des contenus : comité de rédaction, gestion des ressources, relais d'informations... Définition de la ligne éditoriale : charte graphique, contraintes, choix rédactionnels, iconographiques et multimédias Définition, hiérarchie et personnalisation des messages Rédaction : principes généraux, calibrage, relecture, validation Mentions légales à intégrer aux contenus Exercices : étude de newsletters et campagnes e-mailing existantes et analyse des bonnes pratiques DIFFUSER SA NEWSLETTER ET SES E-MAILS Collecter des adresses : location et achats de fichiers, jeux-concours, abonnements... Rôle des médias sociaux dans le recueil et la capture d'adresses électroniques Règles pour la collecte des adresses : actualisation et mise à jour de la base d'adresses Diffusion de la newsletter et des emails : mise en ligne, envoi et archivage Acteurs du marchés : routeurs, agences, outils Bonnes pratiques de diffusion : planning, rythme, relance... Exercices : selon les participants, réalisation du projet de la newsletter n°0 ou finalisation du brief de la campagne pour une réalisation ultérieure ou externalisée EVALUER ET OPTIMISER SA CAMPAGNE Etude de l'impact : suivi des taux d'ouverture, lecture, clics et mesure de la délivrabilité des e-mails Optimisation et mise à jour : ajustement des contenus et de la maquette en fonction des retours Nouvelles tendances des campagnes e-mailing : trigger marketing, vidéo...
Suite de parcours possible	Communication digitale Blogmaster Chargé(e) de e-communication

	Web marketeur Blogmaster Chargé(e) de communication on-line Assistant(e) e-marketing
Éligible au CPF	Oui

FINANCEMENTS

OPCO
OPCA
FAF
Pôle Emploi
La Région

CONTACTS

IFFP - Tour Belvédère SPACES
1 Cours Valmy 92 800 Puteaux

01 80 88 44 55

administration@iffp.pro