

Vendre par l'emailing

Programme de formation

L'objectif de cette journée de formation est de vous permettre d'augmenter les performances de vos campagnes d'emailing dédiées à la vente en ligne.

Objectifs :

- Rédiger des messages qui déclenchent les ouvertures et les clics
- Gérer plus finement sa base de données clients et prospects
- Optimiser le rythme de ses campagnes

Le public :

- Acteurs ayant une expérience dans la gestion de campagnes d'email marketing orientées VPC
- Responsables Marketing et Emarketing
- Webmaster
- Chef de produit

Intervenant : Bruno FLORENCE

Bruno Florence dirige le cabinet Florence Consultant qu'il a créé en 2000. Il a accompagné près de 120 clients.

Membre actif du SNCD, il est président de la commission Emarketing depuis 2006. Il anime le blog Pignonsurmail dédié à l'emailing et au CRM. En 2002, il édite sa première étude comparative sur les outils de gestion de campagnes d'Email marketing.

Informations pratiques :

Horaires : 9h30 - 17h30

Lieu : Emailvision, 6 bis rue Fournier, 3^{ème} étage, 92110 Clichy.

Participation : 700 € HT repas inclus

Possibilité de prise en charge par votre budget formation. Convention de Formation.

Plus d'informations et détails sur les programmes, contactez votre chargé de clientèle ou Estelle Lepercq service formation au 01 41 27 27 17.

Elepercq@emailvision.com

Programme

- **Introduction**
 - Rappel de l'enjeu de l'e-mailing dans la vente en ligne
 - Le contexte juridique
 - Les récentes évolutions de l'e-mail de prospection et de fidélisation
 - Les outils nécessaires à la conception et au suivi des campagnes
- **Concevoir et rédiger des e-mails de vente en ligne**
 - Quelles démarches adopter dans la conception d'un e-mail orienté vente en ligne ?
 - Les principales erreurs à éviter
 - Les règles de hiérarchisation et d'organisation de l'e-mail
 - Le rôle des éléments accélérateurs de la décision d'achat
 - Les principaux éléments à ne pas oublier
 - Le travail sur la confiance au sein de l'e-mail
 - La gestion des coupons de réduction
 - Le rôle des visuels
 - Les erreurs à éviter dans la typographie
- **Le travail sur l'appel au clic (ou sur l'appel à l'achat) au sein de l'e-mail :**
 - Les règles de déclenchement de l'appel au clic.
 - Le rôle des visuels et du texte
 - Le positionnement des accroches au sein de l'e-mail
- **Optimiser l'objet de l'e-mail**
 - Quelles techniques employer pour améliorer ses taux d'ouverture ?
 - Les différents types d'accroche possibles
- **Augmenter la dimension relationnelle**
 - Comment faire pour diminuer la sensation de communication de masse et accroître la dimension relationnelle ?
 - Le rôle de la personnalisation
 - Le travail sur le rédactionnel
- **Optimiser le déroulement d'une campagne, savoir gérer les phases de test**
 - Rappel des principales étapes de la réalisation d'un e-mail
 - La gestion du BAT
 - La phase de test de l'e-mailing (le Split testing)
 - Le travail sur les plans de test : objet, offre, heure et jour, landing page...
 - La mesure du résultat de la campagne, les indicateurs, les erreurs à éviter

- **Les types de campagne à réaliser en fidélisation**
 - Du mail de confirmation de commande aux campagnes de parrainage, quelles campagnes automatiques peut-on gérer ?
 - Focus sur l'abandon de panier, le questionnaire de satisfaction, les relances des inactifs, les soldes
 - Le rôle du web-analytique

- **Comment optimiser et mesurer la délivrabilité ?**
 - Les outils pour bien préparer les campagnes avant envoi et mesurer la délivrabilité
 - La gestion des interfaces d'abonnement et de désabonnement
 - L'analyse des plaintes

- **La gestion d'une base de données de fidélisation et de prospection**
 - Optimiser les processus d'ouverture de compte, d'abonnement et de désabonnement
 - Gestion des inactifs

Les thèmes présentés seront illustrés de nombreux cas de campagnes de vente en ligne.

Un support papier sera fourni lors de la formation.

FLORENCE CONSULTANT
Formateur agréé DRFPT : 93130994113

231 Rte des Camoins, 13011 Marseille
Tel : 04 91 36 25 94 | Fax : 01 70 24 82 63

www.florenceconsultant.com
www.pignonsurmail.com