

**Programmes
2011
des Formations**

Programme des formations

“ Dans un environnement économique difficile, il est aujourd’hui indispensable que les équipes soient complètement familiarisées avec les outils qui sont mis à leur disposition. Dans le monde de l’email marketing, il est essentiel que les emails ciblés soient **adressés à la bonne personne, au bon moment** afin d’obtenir **les meilleurs résultats possibles**.

Pionnier de l’email marketing en mode SaaS, Emailvision offre des services technologiques de pointe à **plus de 7 000 utilisateurs** à travers le monde. Dans le cadre de son offre de services à forte valeur ajoutée, Emailvision propose **une gamme complète de sessions de formation**, de la formation basique aux modules avancés, et de sessions de marketing stratégique.

L’**Emailvision Academy**, située à Clichy (aux portes de Paris) et à Londres, dispose d’**équipements et de salles de formation à la pointe de la technologie**. Nos sessions de formation sont conçues pour vous aider à **améliorer la productivité** de vos équipes, développer de nouvelles méthodes et partager les meilleures pratiques pour **optimiser vos programmes d’email marketing**.

La formation Emailvision offre un large éventail de cours professionnels pour tout type de marketeurs. Avec des sessions à la fois techniques et marketing, la formation Emailvision renforcera les compétences de l’ensemble de votre équipe marketing.

Méthode Pédagogique

Avec l’utilisation de méthodes de formation fiables et approuvées par les instituts de formation, les participants quitteront la formation Emailvision avec le sentiment d’être en mesure d’améliorer leur travail au quotidien.

Le formateur conduit les sessions de formation en mixant aspects théoriques, démonstrations et séances pratiques, avec des exercices d’application, afin de s’assurer de la bonne assimilation des connaissances. Le formateur fournit à chaque participant **un pack de formation** contenant un support de formation, stylo et autres documents. ”

Le prix indiqué est **par participant**.

Plus d’information sur le site Internet : www.emailvisionacademy.fr

L’Equipe Emailvision Academy



Formation basique Campaign Commander™

LE PUBLIC CONCERNE :

Les personnes n'ayant **jamais utilisé** l'outil Campaign Commander™ et qui ont **besoin de le maîtriser**, dans leur cadre professionnel.

L'OBJECTIF PEDAGOGIQUE :

1. Permettre l'utilisation de Campaign Commander™
2. Savoir créer un message, une liste de diffusion, une campagne.
3. Savoir envoyer une campagne et consulter les statistiques.

La formation n'est en aucun cas une formation marketing.

SUPPORTS DE COURS ET MATERIELS PEDAGOGIQUES :

Les stagiaires disposent d'un ordinateur avec un accès aux applications Saas suivantes :

1. Customer Intelligence
2. Campaign Commander



Infos pratiques

DUREE :

Une journée (7 heures)

LIEU DE LA FORMATION :

Emailvision
6 bis rue Fournier
92110 Clichy

HORAIRES :

De 9h30 à 17h30

LE CONTENU DU MODULE (partie théorique et pratique) :

Construire le Message :

Le formateur passe en revue les trois étapes principales au sein de l'application pour concevoir un message :

1. Définition du Header (en-tête du message avec expéditeur, objet).
2. Conception du Corps du texte (version texte / version html).

Cette étape est la plus importante : elle permet d'une part de sélectionner l'intégralité des liens html contenus dans le message pour **effectuer un suivi du comportement** de l'internaute à réception du message et d'autre part de **personnaliser** tout ou une partie du message en fonction de critères déclaratifs ou comportementaux.

3. Sauvegarde du message conçu.

Découper la Cible :

Une fois le message conçu, il est important de préparer le fichier cible sur lequel ce message va être routé. Le message peut être envoyé à l'ensemble de la base clients ou à une partie seulement. Le stagiaire doit donc apprendre à **segmenter sa base** selon ses critères.

La détermination de la cible se fait en 3 étapes :

1. Préparation du fichier d'adresses avant importation dans Campaign Commander™ (le client dispose d'une base d'adresses qu'il doit préparer afin de la rendre exploitable).
2. Insertion de cette base dans Campaign Commander™.
3. Segmentation de la base pour réaliser une communication ciblée.



Concevoir la Campagne emailing :

Le message est prêt, la cible a été choisie.

La campagne doit être **testée avant envoi définitif** et le stagiaire doit vérifier qu'elle passe bien auprès des principaux fournisseurs d'accès Internet.

Le formateur donne au stagiaire les méthodes pour réaliser ce test.

Il suffit enfin de planifier à quelle date et heure est programmé l'envoi et nommer la combinaison de ces éléments avec le nom de la campagne.

Analyser des résultats

Dès que la campagne est lancée, l'utilisateur a accès aux différents états qui sont mis à jour en temps réel pour connaître, sur chaque campagne, le nombre de messages envoyés, les mauvaises adresses (NPAI) qui seront mises en quarantaine pour traitement ultérieur, les taux d'ouverture, de clic sur les liens définis et enfin les ventes générées par cette campagne pour calculer le Retour sur Investissement.

Au cours de la formation, l'ensemble des états et informations d'analyse seront passés en revue et le formateur donnera des notions simples de création de rapports personnalisés en fonction de besoins spécifiques.

A la fin de la formation Basic Level, l'utilisateur sera en mesure d'utiliser l'application Campaign Commander. Il pourra faire appel au support technique pour toute demande complémentaire.



Formation avancée Campaign Commander™

PRE-REQUIS :

Les personnes doivent avoir préalablement suivi la formation Campaign Commander™ Basic Level ou bien avoir une bonne connaissance de l'outil.

LE PUBLIC CONCERNE :

Les personnes utilisant l'outil Campaign Commander™ et qui nécessitent une formation plus avancée.

L'OBJECTIF PEDAGOGIQUE :

Développement spécifique des fonctions plus avancées de Campaign Commander™.

SUPPORTS DE COURS ET MATERIELS PEDAGOGIQUES :

Les stagiaires disposent d'un manuel de formation sur Campaign Commander™, d'un ordinateur avec un accès à l'application Campaign Commander™. Après le cours théorique sur l'application, le stagiaire réalisera lui-même sa campagne sous forme d'exercices pratiques.

LE CONTENU DU MODULE (partie théorique et pratique) :

Le formateur passe en revue 7 Points avancés de l'application Campaign Commander™ :

1. Personnalisation avancée, synchronisation de données, les segments avancés.

2. Les tests :

- Que doit-on tester ?
- Les tests Split-Run.
- Les Echantillons de Tests.

3. Les Campagnes Reflex :

- Qu'est-ce qu'un évènement déclencheur ?
- Utiliser les campagnes de gestion du cycle de vie.
- Messages à déclenchement automatique.

4. Le flux RSS :

- Qu'est-ce qu'un flux RSS ?
- Intégrer un flux RSS avec Campaign Commander™

5. Créer une campagne SMS :

- Quelles sont les différences entre une campagne SMS par rapport à un email ?
- Les fonctionnalités des campagnes SMS dans Campaign Commander™

6. Formulaire web :

- Qu'est-ce qu'un formulaire web et quels sont ses bénéfices ?
- Intégrer le parrainage pour « faire suivre à un amis » le message.
- Intégrer les formulaires Web dans Campaign Commander™

7. Contenu externe :

- Qu'est-ce qu'un contenu externe ?
- Intégrer du contenu externe avec Campaign Commander™

Infos pratiques

DUREE :

Une journée (7 heures)

LIEU DE LA FORMATION :

Emailvision
6 bis rue Fournier
92110 Clichy

HORAIRES :

De 9h30 à 17h30

Formation basique Customer Intelligence

PRE-REQUIS :

Les personnes doivent avoir préalablement suivi la **formation Basique à Campaign Commander**. De plus, elles doivent **disposer d'un compte Customer Intelligence** connecté et synchronisé avec leur compte Campaign Commander.

LE PUBLIC CONCERNE :

Cette formation s'adresse à des personnes qui n'ont **pas encore utilisé Customer Intelligence** et qui doivent le maîtriser dans le cadre de leurs fonctions.

L'OBJECTIF PEDAGOGIQUE :

Cette formation a pour but de donner aux stagiaires **une compréhension globale** de la solution Emailvision ainsi qu'une connaissance de base aux **techniques de marketing analytique**.

LE CONTENU DU MODULE (partie théorique et pratique) :

A l'issue de la formation, les stagiaires sont à mêmes de :

1. Comprendre les différents objets manipulables pour la création des cibles (sélection) et la connaissance client ;
2. Créer et Sauver une sélection en combinant des critères simples ;
3. Créer et appliquer un gabarit d'affichage sur une sélection ;
4. Comprendre les relations entre les différentes tables de la base de données analytique et leur impact sur les résultats affichés ;
5. Créer un diagramme de Venn et en extraire une ou plusieurs sélections ;
6. Créer des Banding de type Numérique et/ou Date et les utiliser pour comprendre les données contenues en base
7. Créer des tableaux croisés pour comparer des séries de données ;
8. Exporter des données vers un fichier (Texte, Excel, Word, etc) ;
9. Fournir à Campaign Commander des sélections utilisables pour des campagnes marketing digitales.

SUPPORTS DE COURS ET MATERIELS PEDAGOGIQUES :

Les stagiaires disposent d'un ordinateur avec un accès aux applications Saas suivantes :

1. Customer Intelligence
2. Campaign Commander

Infos pratiques

DUREE :

Une journée (7 heures)

LIEU DE LA FORMATION :

Emailvision
6 bis rue Fournier
92110 Clichy

HORAIRE :

De 9h30 à 17h30



Formation avancée Customer Intelligence

PRE-REQUIS :

Les personnes doivent avoir préalablement suivi la **formation Basique à Customer Intelligence**.

LE PUBLIC CONCERNE :

Cette formation s'adresse à des personnes qui utilisent Customer Intelligence **de façon quasiment quotidienne** – en conjonction avec Campaign Commander – **et qui souhaitent progresser**.

L'OBJECTIF PEDAGOGIQUE :

Cette formation a pour but de donner aux stagiaires une **compréhension plus approfondie** de Customer Intelligence afin de les rendre **autonomes** dans la création d'objets analytiques complexes.

Infos pratiques

DUREE :

Une journée (7 heures)

LIEU DE LA FORMATION :

Emailvision
6 bis rue Fournier
92110 Clichy

HORAIRE :

De 9h30 à 17h30



LE CONTENU DU MODULE (partie théorique et pratique) :

À l'issue de la formation, les stagiaires sont à même de :

1. Créer des bases de données virtuelles et d'en comprendre leur utilisation;
2. Créer des tables virtuelles et d'en comprendre leur utilisation;
3. Créer des champs virtuels afin de calculer des indicateurs dérivés des données disponibles;
4. Créer des tableaux croisés incluant des mesures;

SUPPORTS DE COURS ET MATERIELS PEDAGOGIQUES :

Les stagiaires disposent d'un ordinateur avec un accès aux applications SaaS suivantes :

1. Customer Intelligence
2. Campaign Commander

Formation Social Media & Community Management

LE PUBLIC CONCERNE :

Les personnes souhaitant avoir une **première approche sur le social media et l'utilisation des réseaux sociaux**, qui sont aujourd'hui des canaux d'acquisition et de fidélisation incontournables.

L'OBJECTIF PEDAGOGIQUE :

1. Intégrer le social media dans sa stratégie marketing.
2. Créer et animer sa communauté (Community Management).

La formation n'est en aucun cas une formation marketing.

LE CONTENU DU MODULE (partie théorique et pratique) :

Qu'est ce que le Social Media :

1. Définition du Social Media, du marketing communautaire et du Community Management
2. Panorama et typologie des médias sociaux

Pourquoi une marque doit-elle avoir recours au Social Media :

1. Audit et diagnostic de la marque sur le web
2. Écouter les médias sociaux et le web
3. L'e-réputation

Comment intégrer sa marque au cœur du Social Media :

1. Le rôle des blogs et des forums dans la présence Social Media
2. Maîtrise des flux d'information sur les médias sociaux
3. Etude de cas : Nestlé
4. Création et adaptation des contenus pour les médias sociaux
5. Etude de cas : Bouygues Telecom

Création, animation et promotion de sa communauté :

1. Création d'une communauté
2. Mise en avant des contenus sur les réseaux sociaux
3. Interaction avec les canaux marketing traditionnels

SUPPORTS DE COURS ET MATERIELS PEDAGOGIQUES :

Les stagiaires disposent d'un manuel de formation.

Infos pratiques

DUREE :

Une journée (7 heures)

HORAIRES :

De 9h30 à 17h30

LIEU DE LA FORMATION :

Emailvision - 6 bis rue Fournier - 92110 Clichy

Mise en œuvre de la promotion et de l'animation

1. Social Media Optimization (SMO)
2. Facebook et la vie privée
3. Facebook Ads
4. Facebook Connect
5. Facebook Places
6. Applications
7. Twitter
8. Réseaux Sociaux BtoB
9. Sites de partage vidéo
10. Sites de partage d'images
11. Site de partage de contenus
12. Interaction avec les canaux marketing traditionnels

Mesure et optimisation

1. Tracking et suivi des campagnes
2. Campaign Commander Social Edition™

Formation Vendre par l'emailing

LE PUBLIC CONCERNE :

Acteurs ayant une expérience dans la gestion de campagnes d'email marketing orientées VPC, responsables Marketing et Emarketing, webmaster, chef de produit.

L'OBJECTIF PEDAGOGIQUE :

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.

1. Rédiger des messages qui déclenchent les ouvertures et les clics,
2. Gérer plus finement sa base de données clients et prospects,
3. Optimiser le rythme de ses campagnes.

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.

LE CONTENU DU MODULE :

Introduction :

1. Rappel de l'enjeu de l'e-mailing dans la vente en ligne
2. Le contexte juridique
3. Les récentes évolutions de l'e-mail de prospection et de fidélisation
4. Les outils nécessaires à la conception et au suivi des campagnes

Concevoir et rédiger des e-mails de vente en ligne :

1. Quelles démarches adopter dans la conception d'un e-mail orienté vente en ligne ?
2. Les principales erreurs à éviter
3. Les règles de hiérarchisation et d'organisation de l'e-mail
4. Le rôle des éléments accélérateurs de la décision d'achat
5. Les principaux éléments à ne pas oublier
6. Le travail sur la confiance au sein de l'e-mail
7. La gestion des coupons de réduction

8. Le rôle des visuels

9. 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 :

1. Les règles de déclenchement de l'appel au clic.
2. Le rôle des visuels et du texte
3. Le positionnement des accroches au sein de l'e-mail

Optimiser l'objet de l'e-mail :

1. Quelles techniques employer pour améliorer ses taux d'ouverture ?
2. Les différents types d'accroche possibles
3. Le rôle de la personnalisation
4. Le travail sur le rédactionnel

Augmenter la dimension relationnelle :

1. Comment faire pour diminuer la sensation de communication de masse et accroître la dimension relationnelle ?
2. Le rôle de la personnalisation
3. Le travail sur le rédactionnel

Optimiser le déroulement d'une campagne, savoir gérer les phases de test :

1. Rappel des principales étapes de la réalisation d'un e-mail
2. La gestion du BAT
3. 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 :

1. Du mail de confirmation de commande aux campagnes de parrainage, quelles campagnes automatiques peut-on gérer ?
2. Focus sur l'abandon de panier, le questionnaire de satisfaction, les relances des inactifs, les soldes
3. Le rôle du web-analytique

Comment optimiser et mesurer la délivrabilité ?

1. Les outils pour bien préparer les campagnes avant envoi et mesurer la délivrabilité
2. La gestion des interfaces d'abonnement et de désabonnement
3. L'analyse des plaintes

La gestion d'une base de données de fidélisation et de prospection :

1. Optimiser les processus d'ouverture de compte, d'abonnement et de désabonnement
2. Gestion des inactifs

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

Infos pratiques

DUREE :

Une journée (7 heures)

HORAIRES :

De 9h30 à 17h30

LIEU DE LA FORMATION :

Emailvision - 6 bis rue Fournier - 92110 Clichy

SUPPORTS DE COURS ET

MATERIELS PEDAGOGIQUES :

Les stagiaires disposent d'un manuel de formation.



Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter votre Account Sales Manager.

FRANCE

Tel: +33(0)1 41 27 27 17
www.emailvision.fr

USA

Tel: +1 212-257-6018
www.emailvision.com

UK

Tel: +44(0)20 7554 4500
www.emailvision.co.uk

CANADA

Tel: +1 416 847 1835 ext: 2128
www.emailvision-canada.ca

ALLEMAGNE

Tel: +49(0)4030603 0
www.emailvision.de

PAYS-BAS

Tel: +31(0)20-205 0100
www.emailvision.nl

BELUX

Tel: +32(0)2 761 75 75
www.emailvision.be

SCANDINAVIE

Tel: +46 (0)40-699 72 90
www.emailvision.se

ESPAGNE

Tel: +34 933 437 146
www.emailvision.es

PORTUGAL

Tel: +351 21 321 02 34
www.emailvision.pt

SUISSE

Tel: +41(0)22 560 62 28
www.emailvision.ch

ITALIE

Tel: +39 02 64 67 25 45
www.emailvision.it

BRESIL

Tel: +55 11 4058 5656
www.emailvisionbrasil.com.br

HONG-KONG

Tel: +(852) 2681 90000
www.emailvision.hk

AUTRICHE

Tel: +43 (1)740 40 / 4810
www.emailvision.at

CHINE

Tel: +86 (021) 6171 7380
www.emailvision.cn

ISRAEL

Tel: +972 9 9715658
www.emailvision.co.il

Programmes au 01 janvier 2011.