

Emailings : optimiser les performances de ses envois

NEW

Améliorer le taux d'ouverture et de clic de ses emailings

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de rédiger et mettre en pages des emailings percutants et performants.

PROGRAMME

Campagnes emailing : objectifs et indicateurs clés

- Prospection, relation client, information, fidélisation : définir des objectifs précis pour ses campagnes emailings.
- Taux d'ouverture, de clic, réactivité, rebonds et spam : 5 indicateurs clés à suivre.
- Connaître les performances moyennes des campagnes emailing par secteur.

Emailings : choisir un contenu à valeur ajoutée pour faire ouvrir puis engager l'ouvreur

- Connaître les clés du succès : taux d'exposition, heure d'envois, objet...
- Renouveler ses sujets et trouver de nouveaux contenus pour ses campagnes emailing.

- Matrice des typologies de contenus en fonction des objets : conquête, fidélisation, notoriété...

Emailings : adopter les bonnes techniques rédactionnelles

- **Atelier** : comprendre la réussite d'emailings aux taux de clics élevés.
- Valoriser l'information importante et donner envie de cliquer.
- **Atelier** : écrire un objet et des titres accrocheurs.

Mettre en page son emailing pour augmenter le taux de clic

- Choisir entre texte brut et format HTML.
- UX Design : offrir une ergonomie optimum à son lecteur.
- Longueur de message, taille des images, emplacement

du logo : penser design responsive et mobilité.

Augmenter le taux d'ouverture de ses emailings et newsletters

- Bien choisir son expéditeur et son nom de domaine.
- **Atelier** : rédiger un objet percutant, éviter les spam words.
- Bonnes pratiques pour maximiser la délivrabilité de ses emailings et éviter le blocage.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

Retrouvez le programme complet de cette formation sur ism.fr

INITIATION

Code : EMAIL

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1350 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Choisir le contenu de ses emailings pour augmenter les taux de réactivité.
- Adopter les bonnes techniques rédactionnelles pour améliorer les taux de clic.
- Améliorer la délivrabilité de ses emailings par des astuces simples.

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables et chargés de communication, responsables marketing, toute personne qui élabore des emailings ou newsletters.

PLANNING

Paris

18 - 19 mars 2019

1er - 2 juillet 2019

21 - 22 octobre 2019

12 - 13 décembre 2019

16 - 17 mars 2020