



## E-MAILING RÉUSSIR SA CAMPAGNE

A partir de 390€ nets de taxes.

100% présentiel

Public visé : Toute personne en charge de la mise en oeuvre des campagnes d'e-mailing.

Prérequis : Sans niveau spécifique

Accessibilité aux personnes handicapées  
Contactez-nous pour une étude de vos besoins.

### Prochaines sessions

#### AULNOY-LEZ-VALENCIENNES

SESSION 1 : 26 juin 2025

#### BEAUVAIS

SESSION 1 : 13 juin 2025

SESSION 2 : 5 novembre 2025

#### LAON

SESSION 1 : 15 mai 2025

SESSION 2 : 8 octobre 2025

#### LENS

SESSION 1 : 13 juin 2025

SESSION 2 : 17 septembre 2025

#### ROUBAIX

SESSION 1 : 19 mars 2025

SESSION 2 : 17 septembre 2025

#### SAINT-OMER

SESSION 1 : 7 juillet 2025

98%

DE TAUX DE  
SATISFACTION

60

ANNÉES D'EXISTENCE  
ET D'EXPÉRIENCE

450

FORMATIONS  
DISPONIBLES

### Objectifs

Connaître les étapes de mise en place d'un e-mailing efficace

### Les + de la formation

- Formation pratique adaptée aux besoins de l'entreprise
- Mise à disposition d'un ordinateur pour chaque participant
- Nombre de places limité pour des mises en situation optimales





# E-MAILING RÉUSSIR SA CAMPAGNE

## Contenu de la formation

**L'emailing est toujours "tendance". Il est complémentaire aux autres canaux.**

**Il permet de cibler et personnaliser les messages, d'être présent sans être intrusif, de fidéliser avec du contenu pertinent, d'élargir les contacts et surtout, l'emailing est une action marketing peu coûteuse.**

**L'emailing présente bien des avantages !**

### L'emailing

- Le contexte de l'e-mailing en France
- La protection des données personnelles

Le contenu des newsletters trigger marketing

- Le bon message au bon moment
- Les newsletters générales/génériques

### Fidéliser par e-mail

Trigger marketing

- Le bon message au bon moment
- Les newsletters générales/génériques





# E-MAILING RÉUSSIR SA CAMPAGNE

## Contenu de la formation

### Les techniques d'acquisition

- Définir sa stratégie
- Les techniques pour récolter des e-mails ciblés
- Obtenir un fichier de qualité
- Qualifier les contacts
- Travailler l'objet
- Le message et l'offre
- La landing page (page d'atterrissage)
- Les différences BtoB et BtoC

### La gestion de l'envoi

- Tour d'horizon des plates-formes de routage
- Les points clés sur le routage d'e-mail
- Hard et soft bounces
- Le désabonnement
- La délivrabilité
- Connaître les FAI

### Le reporting e-mailing, les KPIs

- Les chiffres (taux de clics, durée nombre et fréquence de visite, taux de rebond, taux de conversion...)
- Les points clés sur le routage d'e-mail
- La base de données e-mail
- Organisation de la base de données
- Qualification des contacts





# E-MAILING RÉUSSIR SA CAMPAGNE

## Modalités, méthodes et outils pédagogiques

Mise en situation Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

## Résultats attendus

A l'issue de la formation, chaque participant sera capable d'établir les étapes de mise en place d'un emailing.

## Modalités d'évaluation

Remise d'une grille d'auto-évaluation des acquis, sur les compétences travaillées lors de la formation  
Processus d'évaluation des acquis tout au long de la formation  
Evaluation de fin de formation individuelle par le formateur

## Modalités de financements

Cap Emploi, Entreprise, Opérateurs de Compétences (OPCO), Particulier, Pôle Emploi

## Intervenants

- Une équipe de consultants formateurs experts dans le domaine

