

Durée : 1 jour(s)

Objectifs

Maîtriser les potentialités de l'e-mail
Savoir mener une stratégie d'e-mail marketing (quand et comment)
Savoir adapter son mail à ses objectifs et à ses cibles

Pré-requis

Tout public ayant à communiquer avec l'extérieur
Connaissance de l'environnement micro-informatique et Internet
Connaître des techniques rédactionnelles et publicitaires

Plan de cours

1. La communication de l'entreprise
Les avantages d'un e-mailing
Les limites
Découverte de l'e-mailing marketing
2. Les différents types de mailings et leurs objectifs
Les différents postes de coût
Les coûts de création et de réalisation des messages
Les coûts de reproduction, de logiciels, de diffusion
Les coûts de location des adresses
3. Les techniques rédactionnelles
4. La gestion des campagnes
Le timing de campagne
Les tests d'optimisation
La logistique de campagne
5. La mesure des résultats
Les enjeux et différents types d'indicateurs
Les résultats d'émission, la mesure des taux de clics
La mesure des effets en point de vente