



Marketing de contenu - Concevoir des emailings professionnels et performants



Formation

Créez des campagnes qui engagent, convertissent et fidélisent. Apprenez à concevoir des emailings efficaces, visuellement attractifs et conformes au RGPD. Structurez vos campagnes, automatisez vos envois et mesurez vos résultats avec les bons outils et indicateurs.

DURÉE:

0.5 à 2 jours

FORMULES POSSIBLES

présentielle / à distance / mixte

NIVEAUX POSSIBLES :

débutant / avancé / confirmé

PUBLIC CIBLE:

- Indépendants & freelances
- Chargé·e·s de communication / marketing
- Responsables de projet digital
- Community managers
- Dirigeant·e·s de TPE / PME

VOS COMPÉTENCES POST-FORMATION

1. Créer des campagnes emailing professionnelles et efficaces
2. Automatiser vos envois et segmenter vos audiences
3. Analyser vos résultats et optimiser vos performances
4. Respecter les règles légales et techniques du canal email

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, vous serez capable de :

- Définir des **scénarios d'emailing adaptés à vos objectifs (B2B, B2C)**
- **Paramétrier** un compte emailing professionnel
- Créer des emailings **ergonomiques et engageants**
- Intégrer visuels, vidéos, GIFs et call-to-actions
- Comprendre et suivre les **KPIs** clés (taux d'ouverture, clics, rebonds...)
- Respecter la réglementation **RGPD** dans vos envois

CONTENU DE LA FORMATION

1.

Les fondamentaux de l'email marketing.

Comprendre les différences entre newsletter et emailing. Se familiariser avec les statistiques d'usage et tendances actuelles (par audience et secteur). Comprendre et optimiser l'emailing transactionnel vs non transactionnel.

2.

Stratégies emailing & scénarios.

Définir des scénarios efficaces (cas d'étude et exemples). Optimiser vos campagnes selon vos objectifs marketing : conversion, fidélisation, automation. Tenir compte des spécificités e-commerce et tunnels de vente (méthodologie AIDA).

3.

Création & design.

Choisir le bon outil (selon usage, audience, fréquence d'envoi,...). Paramétrier efficacement son compte : listes, segments, templates, confidentialité,...). Gérer la mise en page : ergonomie, visuels, vidéos, GIFs. Gestion des call-to-actions et responsive design.

4.

Envoi & analyse.

Prévisualisation des campagnes email. Test dont l'AB testing: découvrir les conditions de tests performants. Planification : le meilleur créneau pour envoyer vos emails. Analyse des performances : taux d'ouverture, clics, rebonds.

5.

Cas d'étude.

Découvrez des exemples de campagnes emailing performantes, originales et attractives, selon votre secteur d'activité (marchand / non-marchand / financier / services / e-commerce, B2B-B2C ...)



En une seule journée, nous avons découvert comment gérer notre stratégie emailing avec nos audiences complexes. Nous repartons avec des astuces en or pour fidéliser notre communauté. MERCI Magaly.
- Jean-Pascal, CEO