

Formation Commercial Intermédiaire : Prospection par E-Mailing

Durée :	1 jour
Public :	Commerciaux aggueris à l'utilisation de mails de prospection
Pré-requis :	utilisation d'une messagerie et du web
Objectifs :	Apprendre à créer ses E-Mailing de prospection et à les envoyer
Référence :	COM100166-F
Demandeurs d'emploi :	Contactez-nous pour connaître les remises Pôle Emploi

Introduction

Qu'est-ce qu'un e-mailing ?
Plan de la formation

Facteurs clefs de succès de votre E-Mailing

Utiliser de bonnes bases de données
Soigner son contenu
Bien choisir son titre
Choisir la date/heure d'envoi
Choisir la fréquence d'envoi

Focus sur le routage

Utiliser une simple messagerie
Utiliser un logiciel client
Installer un serveur de mailing
Faire appel à une société spécialisée en routage
Atelier : Création d'un compte gratuit chez une société de routage

Comment créer son e-mailing ?

Prendre en compte les normes
Insérer et mettre en forme du texte
Insérer des images
Créer des liens
Atelier : Création et envoie d'un premier e-mailing

E-Mailing de prospection : Bases de données

Utiliser sa bases de prospects
Acheter une base Opt-in
Réseaux sociaux
Autres sources

E-Mailing de prospection : Type de campagne

E-Mailing de masse généraliste : avantages et inconvénients
E-Mailing ciblé : personnalisation de a cible en fonction du contenu
Campagne restreinte très personnalisée

E-Mailing de prospection : Contenu

Avoir un titre accrocheur
Soigner le contenu : ni trop court, ni trop long
Soigner la forme : éliminer le superflu

E-Mailing de prospection : Outils de transformation

Lien vers votre site web
Page de destination
Numéro de téléphone
Adresse mail
Réseaux sociaux
Atelier : Créer un E-Mailing de prospection pour une agence web

Création avancée de newsletter

Mettre en forme une newsletter plus sophistiquée
Utiliser les tableaux
Utiliser des colonnes
Gérer les couleurs d'arrière plan
Se servir des templates
Aspects juridiques

Optimisations

Obtention des emails
Optimisation des emails
Optimisation du taux d'ouverture
Optimisation de l'objet
Les spam words
Optimisation du taux de clic
Optimisation du taux de transformation
Optimisation du jour et de l'heure

Méthodologie

Respecter toutes les phases et leur ordonancement
Suivre les statistiques
Atelier : Créer une campagne E-Mailing sur une thématique libre

Conclusion

Synthèse
Questions/Réponses