DAWAN

Plan de la formation

www.dawan.fr

Formation Commercial Intermédiaire : Prospection par E-Mailing

Durée :	1 jours (7 heures)
Tarifs inter-entreprise :	575,00 € HT (standard) 460,00 € HT (remisé)
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
Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence :	COM100166-F
Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

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'envoie
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
Aspecs 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