

# CONCEPTION - DIFFUSION DE CAMPAGNES EMAILING AVEC SARBACANE DESKTOP

**Objectifs :** Atteindre et convertir vos prospects, fidéliser vos clients grâce à des campagnes publicitaires emailing "ADAPTATIVES". Assimiler les règles spécifiques à ce type d'édition, rédactionnelles, éditoriales, graphiques, techniques et juridiques. Optimiser la délivrabilité. Mesurer l'impact, en tirer les enseignements nécessaires.

**Public :** Artisan, commerçant(e), dirigeant(e) ou collaborateur(trice) d'une PME ou d'une TPE désirant assurer la promotion de son entreprise grâce à une solution emailing professionnelle complète, de la gestion des contacts à la création des campagnes, mesurant l'impact et l'efficacité des envois.

## Pré-requis

- Maîtriser les bases de l'outil informatique et du système d'exploitation Windows.
- Pratiquer Internet (Consultation de sites, utilisation de moteurs de recherche...).

**Durée 14 (quatorze) heures** de formation, soit **4 demi-journées de 3 heures 30**.

**Cette formation, individuelle et dispensée dans nos locaux**, peut, à la demande formelle de l'apprenant(e), et après un entretien préalable à sa mise en œuvre, faire l'objet d'un ajustement personnalisé de son programme. Cette adaptation "**sur mesure**" est destinée à répondre au plus juste aux attentes et objectifs de l'élève, en tenant compte tout à la fois de ses acquis antérieurs en informatique et internet et des spécificités de ses activités et de sa structure professionnelles. Le planning de cette formation pourra, toujours dans le cadre de cette personnalisation, faire l'objet d'un aménagement en fonction des disponibilités du stagiaire.

**Présentation** générale de l'e-mail marketing - Mise en œuvre d'une stratégie d'e-mails.

**Présentation** du logiciel SARBACANE Desktop.

## Recenser les destinataires de la campagne

1. Importation des destinataires. Nettoyage, MAJ des fichiers. Structuration de la base des destinataires.

## Concevoir le message

1. Création du visuel de l'en-tête du message.
2. Argumentation, structuration, rédaction, rewriting
3. Insertion de textes, visuels et liens surveillés
4. Objets inclus et pièces jointes du message
5. Libellé et lien de l'offre de désabonnement

## Filtrer

1. Liste noire des destinataires. NPAI

## Envoi du message

1. SMTP + Paramétrage du suivi comportemental et du cadencement
2. Test / Envoi : a. Checklist - b. Test spam - c. Envoi de la campagne - d. Suivi - e. Routage

## «Landing pages»

1. Conception
  - a. Argumentation, structuration, rédaction, rewriting / b. Insertion de textes, visuels et liens
2. Liens vers les pages d'un site web ou intégration à un hébergement online

## Résultats

1. Téléchargement et analyse des résultats
2. Outil statistique du site supportant les "Landing pages" : Google Analytics
3. Gestion des erreurs: Optimisation des bases
4. Gestion des désinscriptions - MAJ de la "liste noire"
5. Analyse des résultats pour optimiser les campagnes à venir

## Synthèse : Comment réussir ses campagnes newsletters ?

1. Règles d'or - 2. Conception de l'email - 3. Chartes graphiques - 4. Règles de bonne conduite

**Déclaration des fichiers destinataires à la C.N.I.L.**

## EVALUATION DES ACQUIS DE LA FORMATION / Exercices pratiques

Conception, réalisation, envoi sur des adresses "test" d'une campagne newsletter

### Communication & Informatique & Internet & Marketing

Gérard MAITROT - Consultant & Formateur - 3, rue Maurice Romagon 10000 TROYES

06 72 51 58 59 - 03 25 42 80 37 - contact@gerard-maitrot.fr - www.gerard-maitrot.fr

Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro **21 10 00778 10** auprès du Préfet de la région de Champagne Ardenne

SIRET 401 504 378 00035 - APE 7022Z - RCP Groupama 16376085 0001