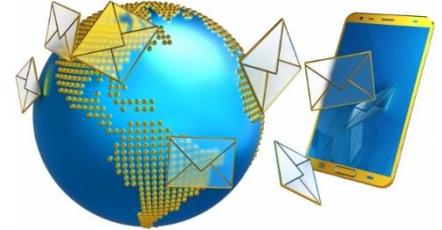


## FORMATION EMAILING CLIENT



- ◆ **Public visé :**
  - ✓ Vendeurs, commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs commerciaux, ingénieurs d'affaires, responsables grands comptes et comptes clés
  - ✓ Toute personne amenée à vendre un produit ou un service
  
- ◆ **Objectifs :**
  - ✓ Maîtriser les étapes pour créer un emailing efficace
  - ✓ Prospecter par l'e-mailing
  - ✓ Innover dans sa communication clients
  - ✓ Isoler les prospects intéressés pour cibler les relances
  
- ◆ **Prérequis :**
  - ✓ Aucun
  
- ◆ **Contenu :**

**Introduction**

  - ✓ Qu'est-ce qu'un e-mailing ?
  - ✓ Qu'est-ce qu'un **e-mailing tracking** ?
  - ✓ Comment réaliser un emailing efficace ?
  - ✓ Positionnement de l'e-mailing dans les actions commerciales sortantes

**Pour quoi faire ? Stratégie d'emailing**

  - ✓ Proposer un nouveau service
  - ✓ Communiquer sur une nouveauté
  - ✓ Communiquer sur un événementiel (portes ouvertes, présence salon...)
  - ✓ Communiquer sur un savoir-faire

**Pour quelle cible ? Sur quelle zone ?**

  - ✓ Définir la cible clients/prospects
  - ✓ Les sources possibles de prospects
  - ✓ Ce que dit la réglementation

## Organisation de l'e-mailing

- ✓ La notion de campagne
- ✓ Les différents envois d'une campagne
- ✓ La fréquence
- ✓ La personne en charge de l'exploitation de l'e-mailing

## Création d'une campagne emailing efficace

- ✓ Créer un e-mail professionnel
- ✓ L'adresse mail de l'expéditeur et le nom du signataire : pièges à éviter
- ✓ Rédiger l'accroche : point clé de l'ouverture
- ✓ Contenu des messages
- ✓ Construction des liens dans le corps du texte
- ✓ Type des documents ouverts par les liens (livre blanc, actualité, témoignage...)
- ✓ Exemple d'emailing efficace

## Comment envoyer un e-mailing ?

- ✓ Les principales solutions du marché en matière de gestion, de création et d'envoi de campagnes d'e-mailing
- ✓ Les pièges à éviter : le black-listage du nom de domaine, le classement dans les spams du destinataire

## L'exploitation des clics

- ✓ Le taux de conversion
- ✓ Ouverture
- ✓ Clics
- ✓ Reconnaître les clics générés par les robots
- ✓ Les différentes méthodes d'exploitation des clics (nouveau mailing ou approche directe)

### Méthodes pédagogiques :

- ✓ Construction d'un mémo reprenant chaque étape de l'email de prospection
- ✓ Echanges interactifs avec l'animateur
- ✓ Présentation d'un exemple de mailing avec clics
- ✓ Travaux individuels et en sous-groupes sur un mailing

### Durées et modalités :

Présentiel en collectif	FOAD* en collectif	Présentiel ou FOAD* en individuel (pack formation coachée)
2 jours (14h)	8h	9h30

\*Formation à distance

MAJ 20230623