



## PROGRAMME DE FORMATION

INTRA • INTER • SUR MESURE

# WEB MARKETING



**RÉUSSIR SES  
CAMPAGNES E-MAILING  
ET NEWSLETTER**

**2 JOURS**

**Prérequis :** maîtriser les bases de l'informatique et de la navigation internet - il est conseillé d'avoir suivi la formation « Élaborer une stratégie percutante sur le web »

**Objectifs :** rédiger des messages « déclencheurs de clics », gérer plus finement sa base de données clients et prospects et le rythme de ses campagnes

**Aptitude :** concevoir, diffuser et évaluer sa campagne emailing et / ou newsletter

**Compétences :** concevoir et maîtriser sa stratégie de développement de campagnes en e-marketing, créer et optimiser son fichier clients, optimiser le contenu du message, mesurer l'efficacité de la campagne, respecter la réglementation en vigueur (loi RGPD)

**Durée :** 2 jours, soit 14 heures

**Délai d'accès :** 72 heures

**Tarifs :** sur devis (conditions générales de vente accessibles sur notre site internet : [www.formationccilandes.fr](http://www.formationccilandes.fr))

**Méthodes mobilisées :** support de cours, échanges, tours de table, ludopédagogie, mises en situation

**Modalités d'évaluation :** QCM et entretien oral au cours et à la fin de l'action de formation

**Accessibilité :** locaux accessibles aux Personnes à Mobilité Réduite



**CCI LANDES**

[www.formationccilandes.fr](http://www.formationccilandes.fr)

# PROGRAMME INDICATIF



## THÈME 1 : STRATÉGIE ET MÉTHODOLOGIE ÉDITORIALES POUR LE WEB

- Analyse des besoins et préparation de la stratégie éditoriale
- Les clés de l'écriture et du référencement naturel
- Ecrire mieux pour chaque support : site web, blog, réseaux sociaux
- Secteur d'activité, cible client, historique, objectifs : quels choix effectuer ?
- Comment générer plus de clics ?
- Optimiser le choix des images et des vidéos
- Valoriser l'information : les bonnes pratiques
- Savoir écrire les titres, les accroches, les balises méta
- Les balises et outils de mise en forme

## THÈME 2 : LE FICHIER CLIENT / PROSPECT

- Optimiser son fichier
- Cibler les prospects/les clients
- Louer une base de données

**Mise en pratique sur un logiciel spécialisé en e-marketing type sendinblue**

## THÈME 3 : LA RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR

- Pour les clients professionnels B to B (Business to business)
- Pour les clients particuliers B to C (Business to consumer)

## THÈME 4 : OPTIMISER LE CONTENU DU MESSAGE

- La délivrabilité : s'assurer de la bonne réception du message
- Le contenu rédactionnel (les mots clés, exemples de messages commerciaux, vérification de l'affichage sur les différents navigateurs et supports...)
- Design : quelles sont les bonnes pratiques pour générer plus de clics ?

## THÈME 5 : MESURER L'EFFICACITÉ DE LA CAMPAGNE E-MAILING

- Le « tracking » (analyse des statistiques de la campagne : taux d'ouverture, de réception, de clic, taux de rebonds, spams, mise en quarantaine...)
- La relance : quand, comment ?

**Mise en pratique et évaluation :**

- Création d'une campagne e-mailing Newsletter avec différents outils gratuits



Pour plus d'informations :  
[formationccilandes.fr](http://formationccilandes.fr)  
05 58 05 44 81

