



Fidéliser avec l'emailing marketing et les SMS

L'emailing et le SMS restent des outils précieux pour fidéliser vos clients. Les taux d'ouverture et de lecture sont importants.

Encore faut-il trouver le bon prétexte pour susciter leur attention et les inciter à lire, sans tomber dans le spam...

Découvrez comment optimiser vos campagnes d'emailing et de SMS, structurer vos messages, respecter la législation en vigueur et réaliser vos premiers envois sur des plateformes dédiées.

Durée

7 heures

Objectifs

- Déterminer la place des newsletters et SMS dans l'ensemble de sa communication
- Concevoir sa lettre d'information avec un outil dédié à l'emailing
- SMS et Applications, les autres canaux de communication via le smartphone
- Connaître la législation entourant l'envoi de mail et de SMS
- Analyser les statistiques de retour

Programme de formation

Explications et démonstrations 40%, pratique 60%

L'emailing et le SMS dans une stratégie de communication globale

- Typologie des différentes campagnes d'emailing – SMS et leurs usages
- Cycle d'un emailing marketing
- Tendances autour de l'emailing : personnalisation, segmentation, etc.

Les enjeux liées à la délivrabilité de vos emails

- Pourquoi certains mails n'arrivent pas chez vos destinataires
- Les techniques permettant d'améliorer la délivrabilité de vos emails

Optimisez votre base de contact

- Susciter les contacts
- Faut-il acheter des bases de données ?
- Vers moins de contact mais des contacts plus pertinents ?

Soignez votre message et susciter l'intérêt

- Les enjeux techniques pour que vos destinataires ouvrent vos messages
- Ecrire vos emails de façon efficace.
- Si vous avez déjà réalisé des emailings : analyse de vos derniers envois et points d'améliorations

Législation en vigueur

- RGPD – Règlement Général sur la Protection des Données
- Loi informatique et Libertés
- Lutte contre le spam

Mise en pratique avec la création et l'envoi d'une newsletter depuis une plateforme dédiée

Optimisez vos envois

- Analyse des différents indicateurs (taux d'ouverture, clic, etc.)
- AB Testing
- Mettre en place des outils d'automatisation

Création et envoi d'un SMS à partir d'une plateforme dédiée

Public visé

Chargée de la communication ou de la GRC (Gestion Relation Client).TPE – PME – PMI

Prérequis

- Maîtriser les bases de la navigation sur internet
- Avoir accès à sa messagerie électronique pendant la formation (création de comptes, etc.)

Modalités de suivis

- Il est demandé aux stagiaires à chaque début de demi-journée la signature de la feuille de présence.
- Durant la formation, le formateur veille à la bonne compréhension et acquisition de l'information au travers de questions posées aux stagiaires.

Moyens pédagogiques

- Méthodes expositives, démonstratives et actives
- Mises en situation et travaux pratiques
- Auto-Formation Tutorée en CDR en présence du formateur-expert (tutorat expert de contenu)
- Diaporamas et cartes heuristiques
- Supports remis aux stagiaires dès le début de la formation
- Applications et logiciels d'emailing en ligne
- Plateforme d'apprentissage en ligne Moodle