

## CONCEVOIR DES MAILINGS ET E-MAILINGS EFFICACES

**Durée**

1 jour

**Référence Formation**

5-CL-MAIL

### Objectifs

- Maîtriser les potentialités de l'e-mail
- Savoir mener une stratégie d'e-mail marketing (quand ? comment ?)
- Savoir adapter son mail à ses objectifs et à ses cibles

### Participants

Tout public amené à communiquer avec l'extérieur

### Pré-requis

- Connaissance de l'environnement micro-informatique et Internet
- Connaître des techniques rédactionnelles et publicitaires

### Moyens pédagogiques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.
- Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.
- En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.
- Formateur expert dans son domaine d'intervention
- Apports théoriques et exercices pratiques du formateur
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants
- Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants
- Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

### PROGRAMME

#### Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques

- Les avantages d'un e-mailing
- Les limites
- Découverte de l'e-mailing marketing

#### La communication de l'entreprise

- Les différents postes de coût
- Les coûts de création et de réalisation des messages
- Les coûts de reproduction, de logiciels, de diffusion

- Les coûts de location des adresses

#### **Les différents types de mailings et leurs objectifs**

- Le timing de campagne
- Les tests d'optimisation
- La logistique de campagne

#### **Les techniques rédactionnelles**

- Les enjeux et différents types d'indicateurs
- Les résultats d'émission, la mesure des taux de clics
- La mesure des effets en point de vente



**CAP ÉLAN FORMATION**

[www.capelanformation.fr](http://www.capelanformation.fr) - Tél : 04.86.01.20.50

Mail : [contact@capelanformation.fr](mailto:contact@capelanformation.fr)

Organisme enregistré sous le N° 76 34 0908834

version 2025