

## Formation Commercial Intermédiaire : Prospection par E-Mailing

<b>Durée :</b>	1 jours
<b>Public :</b>	Commerciaux aggueris à l'utilisation de mails de prospection
<b>Pré-requis :</b>	utilisation d'une messagerie et du web
<b>Objectifs :</b>	Apprendre à créer ses E-Mailing de prospection et à les envoyer
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	COM100166-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	Pas de données disponibles

### Introduction

Qu'est-ce qu'un e-mailing ?  
Plan de la formation

### Facteurs clefs de succès de votre E-Mailing

Utiliser de bonnes bases de données  
Soigner son contenu  
Bien choisir son titre  
Choisir la date/heure d'envoi  
Choisir la fréquence d'envoi

### Focus sur le routage

Utiliser une simple messagerie  
Utiliser un logiciel client  
Installer un serveur de mailing  
Faire appel à une société spécialisée en routage

**Atelier : Création d'un compte gratuit chez une société de routage**

### Comment créer son e-mailing ?

Prendre en compte les normes  
Insérer et mettre en forme du texte  
Insérer des images  
Créer des liens

**Atelier : Création et envoie d'un premier e-mailing**

## **E-Mailing de prospection : Bases de données**

- Utiliser sa bases de prospects
- Acheter une base Opt-in
- Réseaux sociaux
- Autres sources

## **E-Mailing de prospection : Type de campagne**

- E-Mailing de masse généraliste : avantages et inconvénients
- E-Mailing ciblé : personnalisation de a cible en fonction du contenu
- Campagne restreinte très personnalisée

## **E-Mailing de prospection : Contenu**

- Avoir un titre accrocheur
- Soigner le contenu : ni trop court, ni trop long
- Soigner la forme : éliminer le superflu

## **E-Mailing de prospection : Outils de transformation**

- Lien vers votre site web
- Page de destination
- Numéro de téléphone
- Adresse mail
- Réseaux sociaux

## **Atelier : Créer un E-Mailing de prospection pour une agence web**

## **Création avancée de newsletter**

- Mettre en forme une newsletter plus sophistiquée
- Utiliser les tableaux
- Utiliser des colonnes
- Gérer les couleurs d'arrière plan
- Se servir des templates
- Aspects juridiques

## **Optimisations**

- Obtention des emails
- Optimisation des emails
- Optimisation du taux d'ouverture
- Optimisation de l'objet
- Les spam words
- Optimisation du taux de clic
- Optimisation du taux de transformation
- Optimisation du jour et de l'heure

## **Méthodologie**

- Respecter toutes les phases et leur ordonancement
- Suivre les statistiques

## **Atelier : Créer une campagne E-Mailing sur une thématique libre**

### **Conclusion**

Synthèse

Questions/Réponses