

Choisir son outil d'emailing

OBJECTIFS :

- ▶ Cerner votre besoin fonctionnel actuel et futur pour la gestion de campagnes d'emailing,
- ▶ Identifier les types de solutions correspondant à vos besoins,
- ▶ Analyser les niveaux de services proposés par les prestataires,
- ▶ Comprendre les tarifs pratiqués en France,
- ▶ Mieux cerner les prestations autour de la délivrabilité.

PUBLIC :

- ▶ Webmasters,
- ▶ Responsables marketing,
- ▶ Responsables CRM et fidélisation clients,
- ▶ Service achat.

DATES :

- ▶ 19 mars 2012
- ▶ 25 juin 2012
- ▶ 12 novembre 2012

●●●●●●●● 9h 17h30

INTERVENANT :

- ▶ Bruno Florence

1 journée : 750 € HT
Repas inclus

1. Rappel du contexte de l'emailing marketing et de ses problématiques actuelles

- a. Bilan de l'usage de l'emailing en France et dans le monde
- b. L'évolution des pratiques de gestion de campagnes
- c. La problématique du spam et des contextes sécuritaires des FAI / Webmails

2. Choisir l'outil de gestion de campagnes le plus adapté

- a. Cerner la couverture fonctionnelle et les contraintes techniques
Quelles fonctionnalités peut-on attendre des outils de gestion de campagnes d'emailing ?
 - Analyse des différents modules fonctionnels d'un outil de gestion de campagnes
 - Présentation des fonctions types des API / Webservices et des possibilités d'interconnexion avec le SI Marketing
 - Les contraintes d'ergonomie et de puissance fonctionnelle
 - L'intégration de systèmes externes : CMS, webanalytics, transactions sites web, carte de fidélité...
 - Exemple de cahiers des charges techniques et fonctionnels
 - Les grandes familles d'utilisation de l'emailing
- b. Les services associés à la gestion de campagnes
Au-delà de l'outil, quels services autour de la gestion de campagnes d'emailing ?
 - Les différentes étapes de la conception d'une campagne
 - L'externalisation de la gestion des campagnes
 - La gestion de la délivrabilité
 - Les prestations de BI Mining autour de l'emailing

3. Présentation des principaux types de solutions d'emailing

- a. Les logiciels bureautiques d'emailing : avantages et inconvénients, présentation de quelques solutions
- b. Analyse des solutions logicielles de gestion de campagnes sur le canal email
 - *Présentation de 2 logiciels de gestion de campagnes commercialisés en France :*
 - ✓ Neolane
 - ✓ Selligent
 - *Exemples de tarifs et de pratiques commerciales*

OBJECTIFS :

- ▶ Cerner votre besoin fonctionnel actuel et futur pour la gestion de campagnes d'emailing,
- ▶ Identifier les types de solutions correspondant à vos besoins,
- ▶ Analyser les niveaux de services proposés par les prestataires,
- ▶ Comprendre les tarifs pratiqués en France,
- ▶ Mieux cerner les prestations autour de la délivrabilité.

PUBLIC :

- ▶ Webmasters,
- ▶ Responsables marketing,
- ▶ Responsables CRM et fidélisation clients,
- ▶ Service achat.

DATES :

- ▶ 19 mars 2012
- ▶ 25 juin 2012
- ▶ 12 novembre 2012

●●●●●●●● 9h 17h30

INTERVENANT :

- ▶ Bruno Florence

c. Analyse des prestataires SaaS (ou ASP) d'emailing

→ *Présentation et caractéristiques des principaux prestataires d'emailing en France :*

- ✓ Cabestan
- ✓ Dolist
- ✓ Edatis
- ✓ Emailvision
- ✓ Epsilon Interactive
- ✓ MailPerformance

→ *Analyse synthétique des points forts et faibles et des spécificités de chaque outil*

→ *Exemples de tarifs et de pratiques commerciales sur différents scénarios*

d. Les logiciels ou "appliances" de routage SMTP

Du logiciel gratuit open source aux « canons à emails », présentation et analyse des différentes solutions du marché pour router vos emailings.

- Le panorama des différentes solutions de routage SMTP
- Les logiciels libres (PostFix, Qmail...)
- Les appliances dédiées (Ironport...)
- Les logiciels (MTA) de routage fort volume (Port25)
- Avantages et inconvénients de chaque solution

e. Les relais SMTP

Les relais SMTP permettent de rediriger un flux SMTP vers un prestataire chargé d'en assurer notamment la bonne livraison.

- Le point sur ces services aux USA et en France
- Coûts, limites et avantages
- Exemples de prestataires