

Prospecter par l'emailing

Formation
sur une
journée

S'inscrire en ligne

Public

- o Acteurs ayant une expérience dans la gestion de campagnes emailing
- o Responsables emailing
- o Responsables webmarketing
- o Trafic managers
- o Webmasters

Prérequis

- o Utiliser l'emailing
- o Avoir une activité en ligne

Objectifs

- o Trouver de nouveaux prospects
- o Cerner les meilleures sources de prospection
- o Choisir la bonne stratégie de prospection pour son activité
- o Animer sa base de prospects pour générer plus de ventes
- o Pérenniser sa stratégie emailing d'acquisition

Le + :

Régis Bacher est le fondateur de Clic et Site et traite chaque année plusieurs centaines d'opérations de prospection. Sa formation est riche en exemples et retours d'expérience.

Informations pratiques

Formateur : R. Bacher
Durée : 1 jour – 7h
Lieu : La Défense
Prix : 850 € HT repas inclus

Dates en 2016

Jeudi 17 mars
Jeudi 16 juin
Jeudi 17 novembre

Les fondamentaux

- L'objectif de la campagne
- Les cibles disponibles sur le marché
- La législation applicable
- Les risques à connaître
- Les différents modèles économiques : CPM, CPMO, CPC, CPL, CPA

Le PRM pour gérer la relation prospect

- Présentation du Prospect Relationship Management
- Pourquoi mettre en place un PRM ?
- Les différentes approches
- Le Welcome Pack

La création du message

- Spécificités du message emailing pour la prospection
- L'importance de l'offre
- Le design, un bon call to action
- Utilisation du couple préheader et objet
- Analyse d'emailing de prospection

La landing page

- Définition et utilité d'une landing page
- Caractéristiques principales d'une landing page
- Analyse de landing pages

La location de fichiers

- Les fichiers premium au CPM
- Les fichiers low CPM

L'emailing à la performance

- La gestion d'une campagne d'emailing à la performance
- Les plateformes d'affiliation
- Les risques de l'emailing à la performance

La collecte d'adresses

- La collecte sur son site internet
- Le co-sponsoring
- La co-registration
- Le jeu-concours dédié

Les autres outils de l'emailing d'acquisition

- L'insert newsletter
- L'enrichissement de base
- L'email retargeting

La mesure de la performance

- La comparaison entre les différents canaux d'acquisition
- Les statistiques à surveiller
- Le calcul du coût d'acquisition d'un nouveau client

17 mars | 16 juin | 17 novembre

1 jour – 850 € HT