

# Utilisation avancée de Mailchimp

## Public

- Utilisateurs de Mailchimp

## Prérequis

- Connaître Mailchimp

## Objectifs

- Se perfectionner à l'utilisation de Mailchimp
- Savoir mettre en place le marketing automation
- Publier sur les réseaux sociaux
- Utiliser la personnalisation avec des blocs de contenu dynamique
- Mieux segmenter avec des variables de personnalisation
- Savoir exploiter les tableaux de bord de Mailchimp
- Mettre en place et analyser les textes A/B

## Informations pratiques

Formateur : B Florence

Durée : 1 jour – 7h

Lieu : Paris 10è

Prix : 890 € HT

## Dates en 2020

11 juin

8 juillet

19 novembre

## Formation Distancielle

Sur demande ou aux dates disponibles sur le [site](#)

## Optimiser son utilisation de Mailchimp

1. Organiser et gérer l'audience
2. Identifier les différents statuts d'un contact Mailchimp (subscribed, unsubscribed, non-subscribed et cleaned)
3. Utiliser à bon escient Tags, segments et groupes
4. Créer des segments simples et complexes basés sur les comportements
5. Améliorer la délivrabilité avec l'authentification Dkim et SPF
6. Utiliser les « Merge Tags » et mettre en œuvre le contenu dynamique

## Utiliser l'email marketing automation

1. Construire sa stratégie d'email marketing automation (objectifs, triggers marketing)
2. Concevoir des scénarios simples et complexes
3. Identifier les différents composants d'une automation (trigger, Condition Delay, Post-send action, workflow)
4. Savoir lire et comprendre les différents tableaux de bord (dashboard) et les rapports
5. Utiliser les scénarios pré-établis de Mailchimp (panier abandonné, welcome email, etc).
6. Créer des scénarios « from scratch » simple ou complexe (cycle automatisé)

## Gérer les publications sur les réseaux sociaux avec Mailchimp

1. Connecter des comptes Facebook, twitter et instagram
2. Créer une publication sociale au moment d'une campagne par email
3. Créer une publication sociale de manière autonome
4. Ajouter un onglet abonnement à la newsletter à sa page facebook
5. Suivre l'engagement des abonnés via les tableaux de bord Mailchimp

## Analyser la performance

1. Comprendre les différentes métriques de Mailchimp,
2. Savoir lire et comprendre les différents tableaux de bord (dashboard) et les rapports proposés par Mailchimp
3. Élaborer un plan d'action en fonction des résultats
4. Organiser des Tests A/B
  - Bonne pratiques en matière de tests A/B
  - Sur l'objet
  - Sur le contenu

S'inscrire en ligne

11 juin | 8 juillet | 19 novembre

1 jour – 890 € HT