

# Vendre par l'emailing

## Public

- o Acteurs ayant une expérience dans la gestion de campagnes d'emailing orientées VPC
- o Responsables marketing et e-marketing
- o Webmasters
- o Chefs de produit

## Prérequis

- o Effectuer des campagnes d'email marketing.

## Objectifs

- o Augmenter le CA de vos emailing,
- o Rédiger des messages qui déclenchent plus de clics,
- o Renouveler sa créativité dans les objets des emails,
- o Mettre en place une personnalisation pertinente,
- o Mieux utiliser les visuels, le gif animé, la vidéo et les formats spéciaux de l'email,
- o Travailler les visuels pour déclencher l'émotion
- o Optimiser le rythme de ses campagnes.

## Le + : Une formation personnalisée

Une fois votre inscription validée, faites-nous parvenir des exemples de vos emailing. Lors de la formation, nous cernerons quelques axes d'amélioration de la conception et de la rédaction de l'email et il ne vous restera plus qu'à les

## Informations pratiques

Formateur : B. Florence  
Durée : 1 jour – 7h  
Lieu : Paris 10è ou à distance

## L'emailing et la vente

- Poids de l'e-marketing direct dans la vente en ligne BtoB et BtoC, le rôle de l'attribution,
- Rappel du contexte juridique du recueil des données et du consentement
- Portrait de l'utilisateur de l'email en BtoB et BtoC en 2021

## Concevoir et rédiger des emails de vente en ligne

- Quelles démarches adopter dans la conception d'un email orienté vente en ligne ?
- Que nous apprenne les études d'Eye-tracking sur le comportement des internautes ?
- Les principales erreurs à éviter dans la rédaction
- Les règles de hiérarchisation et d'organisation de l'email
- Doit-on rédiger des textes longs ou courts ? Le rôle des "bullets points"
- Le rôle des éléments accélérateurs de la décision d'achat
- L'enjeu du haut du message
- 5 types d'écriture pour déclencher un intérêt

## Optimisation de l'objet de l'email

- Importance de l'expéditeur et de l'objet
- Usage de la personnalisation, des %, montants et des caractères spéciaux
- Utilisation du preheader, le second objet de l'email
- Les verbes à employer
- Les 7 types d'objets
- Comment se renouveler sur la conception des objets ?

## Le travail sur l'appel au clic (ou CTA) au sein de l'email

- Les règles de déclenchement de l'appel au clic.
- Le rôle des visuels et du texte
- Le positionnement des appels au clic au sein de l'e-mail
- Optimiser les CTA avec la micro-copy et les pseudo formulaires au sein des emails

## Le rôle des visuels

- Rappel des enjeux et du contexte d'affichage des emails suivant les Webmails,
- Le visuel, enjeux de l'émotion,
- Le travail sur la balise ALT

## Les différents formats de l'email

- Le multipart est-il encore intéressant ? L'email au format texte
- Usage de la vidéo, des gifs animés, des emails dynamiques et des formats extralarges et hauts
- Le format mobile : adaptatif et responsive, quelles sont les meilleures pratiques

## Augmenter la dimension relationnelle

- Comment faire pour diminuer la sensation de communication de masse et accroître la dimension relationnelle ?
- Les différents types de personnalisation : du déclaratif au comportemental, quelle gestion de ces données ?
- Focus sur les moteurs de recommandation

## Optimiser le déroulement d'une campagne, savoir gérer les phases de test

- Rappel des principales étapes de la réalisation d'un email
- La gestion du BAT
- La phase de test de l'emailing (le Split testing)
- Le travail sur les plans de test : objet, offre, heure et jour, landing page...
- La mesure du résultat de la campagne, les indicateurs de base et avancés, les erreurs d'interprétation à éviter

1 jour – 890 € HT

# Vendre par l'emailing

---

## MODALITE D'ACCES A LA FORMATION

- L'inscription du stagiaire est validée une fois la convention de formation signée.
- Les inscriptions sont possibles jusqu'à la veille de la formation.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES & ÉVALUATION DES ACQUIS

Les principes de la vente par l'emailing sont présentés et les stagiaires réalisent ensuite des exercices sur des emailing pour les améliorer.

A l'issue de la formation un questionnaire d'évaluation des acquis sur les bonnes pratiques de la vente par l'emailing vous sera transmis

## ACCESSIBILITÉ POUR PERSONNES HANDICAPÉES

Merci de nous contacter pour toutes situations particulières

## EVALUATION ET RETOURS DES STAGIAIRES SUR LA FORMATION

Les évaluations de la formation se fondent sur 3 thèmes :

- L'organisation et le contenu de la formation : 85.3/100
- La qualité globale de la formation : 75.6/100
- La satisfaction des stagiaires : 84.2/100

Ces données sont issues du recueil des avis des stagiaires depuis 2018