



PROGRAMME DE FORMATION


CCI LANDES


DES HOMMES ET DES FEMMES POUR ENTREPRENDRE

 INTRA /// INTER /// SUR MESURE /// www.formationccilandes.fr


E-COMMUNIQUER POUR MIEUX VENDRE : ECRITURE WEB ET E-MAILING – 2 JOURS

Objectifs de la formation

- Ecriture WEB : S'approprier les étapes et les principes d'une stratégie éditoriale sur Internet
- E-mailing : Préparer et lancer une campagne d'e-mailing via un logiciel gratuit

Modalités : Action de 14 heures en présentiel, inter ou intra entreprise.

Animée par un formateur qualifié et expérimenté via des apports théoriques et exercices interactifs.

Validation : Attestation d'acquis

Public : Dirigeants, salariés et demandeurs d'emplois

Prérequis : Savoir utiliser les fonctions de base de l'outil informatique et surfer sur le web

Date, Lieu et Tarif : www.formationccilandes.fr - rubrique calendrier ou nous consulter (devis)


CONTENU PÉDAGOGIQUE INDICATIF

Stratégie et méthodologie éditoriales pour le web

- Analyse des besoins et préparation de la stratégie éditoriale
- Les clés de l'écriture et du référencement naturel
- Ecrire mieux pour chaque support : site web, blog, réseaux sociaux
- Secteur d'activité, cible client, historique, objectifs : quels choix effectuer ?
- Comment générer plus de clics ?
- Savoir optimiser le choix des images et les vidéos
- Valoriser l'information : les bonnes pratiques
- Savoir écrire les titres, les accroches, les balises méta
- Les balises et outils de mise en forme

E-mailing

Le fichier clients

- Optimiser son fichier- Cibler les prospects/les clients - Louer une base de données

L'outil et la technologie utilisés

- Présentation des logiciels spécialisés : les courriellers (mailers)

La Réglementation en vigueur

- Pour les clients professionnels B to B (Business to business)
- Pour les clients particuliers B to C (Business to consumer)

Optimiser le contenu du message

- La délivrabilité : s'assurer de la bonne réception du message
- Le contenu rédactionnel (les mots clés, exemples de messages commerciaux, vérification de l'affichage sur les différents navigateurs et supports...)
- Design : quelles sont les bonnes pratiques pour générer plus de clics ?

Mesurer l'efficacité de la campagne e-mailing

- Le « tracking » (analyse des statistiques de la campagne : taux d'ouverture, de réception, de clic, taux de rebonds, spams, mise en quarantaine...)
- La relance : quand, comment ?

Atelier pratique l'après-midi : création d'une campagne e-mailing avec différents outils gratuits


VOTRE CONTACT

Marie-Luce FERRY, Responsable du service Formation

SIRET : 184 00002400010 - N° de déclaration d'activité : 7240 P 003840

 Tél. 06 79 92 47 15 – ml.ferry@landes.cci.fr