

Ref. : 7202116

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1295
€ HT

AMÉLIORER SON TAUX D'OUVERTURE ET TAUX DE CLICS

Rendre ses emailing plus efficaces et performants.

OBJECTIFS

- Choisir le contenu de ses emailings pour augmenter les taux de réactivité.
- Adopter les bonnes techniques rédactionnelles pour améliorer les taux de clic.
- Améliorer la délivrabilité de ses emailings par des astuces simples.

POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication, responsables marketing.
Toute personne qui élabore des emailings ou newsletters.

PROGRAMME

Améliorer son taux d'ouverture et taux de clics

Campagnes d'emailings : objectifs et indicateurs clés

- Définir des objectifs précis pour ses campagnes emailings.
- Taux d'ouverture, de clic, réactivité, rebonds et spam : 5 indicateurs clés à suivre.
- Connaître les performances moyennes des campagnes emailing par secteur.

Emailings : choisir un contenu à valeur ajoutée pour faire ouvrir puis engager l'ouvreur

- Connaître les clés du succès : taux d'exposition, heure d'envoi, objet...
- Définir la cible et l'objectif de son emailing.
- S'assurer de la valeur ajoutée de chaque emailing pour ses clients et prospects.
- Renouveler ses sujets et trouver de nouveaux contenus pour ses campagnes emailings.
- Atelier : trouver des sujets originaux et du contenu engageant.

Emailings : adopter les bonnes techniques rédactionnelles

- Atelier : comprendre la réussite d'emailings aux taux de clics élevés.
- Structurer le contenu de son emailing : plan, paragraphes, liens, visuels...
- Adopter un style d'écriture court, précis pour accrocher rapidement l'attention du lecteur.
- Valoriser l'information importante et donner envie de cliquer.

Mettre en page son emailing pour augmenter le taux de clics

- Choisir entre texte brut et format HTML.
- UX Design : offrir une ergonomie optimum à son lecteur.
- Longueur de message, taille des images, emplacement du logo : penser design responsive et mobilité.
- Trouver l'équilibre entre texte et image.

Augmenter le taux d'ouverture de ses emailings et newsletters

- Bien choisir son expéditeur et son nom de domaine.
- Trouver le bon rythme d'envoi et affiner sa cible.
- Bonnes pratiques pour maximiser la délivrabilité de ses emailings et éviter le blocage.
- Mettre en place des tests de délivrabilité et un tableau de bord de suivi de ses campagnes.