



(10h)

A programmer



INTER : 42.000 CFP p/p



Public :

Chef d'entreprise,
chargé marketing.

Prérequis :

Un site internet, une
base de données.



Méthodes

pédagogiques :

Alternance d'apports
théoriques et de travaux
pratiques.

Modalités d'évaluation :

Quiz – Test de
connaissance à compléter
par le participant.

Evaluation des travaux
pratiques par le formateur.



Profil intervenant

Expert en webmarketing
depuis 1998 et titulaire
du diplôme de
formateur d'adulte,
Ludovic s'est donné pour
mission d'accompagner
les entreprises dans leur
présence sur internet



Sophie / Sylvie

Tel. 410 400

Web Marketing

Créer sa newsletter avec Mailjet

Objectifs

- Prendre en mains Mailjet
- Gérer sa base de contact efficacement (sensibilisation RGPD)
- Créer une newsletter efficace dans le cadres d'une stratégie de communication

Déroulé pédagogique

✦ La newsletter dans l'écosystème digital de l'entreprise

- Définition de la newsletter
- Avantage et inconvénients de la newsletter
- La newsletter dans l'écosystème digital de l'entreprise
- Mailjet et les solutions concurrentes

✦ Gérer sa base de données

- Comment collecter des emails dans le cadre du RGPD ?
- Gérer sa base de contact dans le cadre du RGPD

Exercice pratique : A l'aide de cas fictifs, distinguer les bonnes et mauvaises pratiques liées à la collecte de données. Auditer son système de collecte de données et vérifier si il répond aux contraintes RGPD.

✦ Prendre en main Mailjet

- Analyser les différentes fonctionnalités de Mailjet présentes dans l'interface
- Importer sa base de contact
- Utiliser les Template et les personnaliser

Exercice pratique : Importer sa base de contacts, et construire un template respectant la charte de son entreprise

✦ Rédiger sa newsletter et l'envoyer

- Quel message véhiculer dans la newsletter ?
- Quelle mise en forme : recueil des bonnes et des mauvaises pratiques
- Envoyez sa newsletter au bon moment

Exercice pratique : depuis le template construit précédemment, implémenter le message et les photos pour construire la newsletter de l'entreprise

✦ Mesurer les retombées

- Lire les statistiques présentes dans Mailjet
- Extraire les données significatives pour l'entreprise
- Construire un tableau de bord permettant le suivi des données sur du long terme

Exercice pratique : si l'entreprise ne dispose pas de données sur ses envois, à l'aide de données fictives, extraire celles qui ont du sens pour l'expéditeur de la newsletter, et les reporter dans un tableau de bord. Les analyser pour en déduire les points forts et points faibles de la newsletter, et en conclure avec les axes d'amélioration à apporter pour les prochains envois.