



Créer et optimiser une stratégie d'e-mailing

Objectifs de formation

- Créer et optimiser une stratégie d'e-mailing dans le cadre d'une communication globale

Objectifs pédagogiques

- Définir le contexte dans lequel s'inscrit l'e-mailing
- Concevoir et suivre une campagne d'e-mailing
- Utiliser Sendinblue

- Appliquer les bonnes pratiques

Durée : 04 jours -28 heures

Présentiel : Présentiel ou Classe virtuelle

Tarifs :

Tarif Inter : 2340 €

Dates :

Les 04, 11, 18, 25 Juin 2026

Les 05, 12, 19, 26 Octobre 2026

Prérequis

- Maîtriser l'outil informatique
- Avoir un projet nécessitant de communiquer sur le web
- Avoir les bases en marketing digital
- Créer un compte Sendinblue

Public

- Toute personne ayant besoin d'acquérir des compétences en marketing digital pour gérer la communication numérique d'une entreprise

Programme

Définir le contexte dans lequel s'inscrit l'e-mailing

- Identifier l'intérêt de l'e-mailing dans le cadre de la mise en place d'une stratégie globale de communication
- Citer les avantages et les inconvénients de l'e-mailing

- Connaître la législation RGPD pour l'e-mailing

Concevoir et suivre une campagne d'e-mailing

- Identifier les points clés de la conception d'e-mail
- Faire le suivi d'une campagne d'e-mailing

Utiliser Sendinblue

- Créer un formulaire
- Créer une campagne d'e-mail
- Mettre en place le marketing automation

Appliquer les bonnes pratiques

- Eviter le spam
- Mettre en place les bonnes pratiques

Le + de cette formation

- En vous lançant dans la communication par e-mail, vous devez respecter la législation RGPD. Vous serez ainsi capable de :
 - Appliquer les pratiques qui respectent les données personnelles de vos clients
 - Mettre en place une stratégie d'e-mail marketing (s'adresser de la bonne manière à votre cible et prendre en compte la stratégie globale de communication afin de booster les ventes et de renforcer votre relation client)
 - Identifier les points à améliorer et d'évaluer l'impact de votre stratégie d'e-mailing sur la communication globale de l'entreprise

Modalités pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Exercices d'applications construits à partir des informations transmises par le commanditaire
- Travail en sous-groupe
- Document de synthèse remis à l'issue de la formation

- Matériel : aucun
-

Modalités d'évaluation des acquis

- En amont de la formation : recueil des attentes, réunion de cadrage
 - Pendant la formation : Test, QCM, cas pratiques, mises en situation
 - En aval de la formation : évaluation à chaud, évaluation à froid.
-

Financement

- OPCO sous conditions
 - Entreprise
 - Individuel
-

Dates et horaires

- Intra-entreprise en concertation avec l'entreprise
 - Inter-entreprises, selon planning de formation ORDIA
 - Horaires de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 16h30
-

Prévention des ruptures de parcours en formation

- Création d'un climat bienveillant et inclusif dès le démarrage pour favoriser l'implication de chacun.
- Identification des niveaux et besoins individuels afin d'adapter le rythme et les explications (tour de table).
- Méthodes pédagogiques variées (démonstrations, cas pratiques, échanges collectifs) pour

maintenir l'attention et l'intérêt.

- Questions fréquentes de la part de l'intervenant/e et valorisation des apports des participant·e·s pour renforcer l'engagement.
 - Temps de reformulation ou appui individuel si nécessaire afin d'éviter le décrochage.
-