

## FORMATIONS EMAILING



**DI&MARK**

**8 et 10 avril 2014**

# FORMATIONS EMAILING

Cher abonné,

Tout d'abord un grand merci pour votre soutien durant TOUTE l'année.

L'idée de proposer deux formations interentreprises a surgi de différentes conversations, pour finalement se concrétiser par un travail qui a débuté en novembre 2013.

Pourquoi **Deux** formations sur un thème identique et non pas **Une** ?

Il nous a paru judicieux de proposer des **niveaux**. Nos lecteurs ayant une connaissance de l'univers de l'emailing très disparate.

Votre exigence varie selon votre fréquence de routage. Vos besoins sont différents entre un routage de 3 à 12 envois par an et des envois quotidiens ou même journaliers pour vos propres besoins ou pour des approches multi-clients. Les programmes proposés tiennent compte de ces différences.

Toutes nos prestations sont tournées vers le **qualitatif**. C'est pourquoi, le **nombre de participants a été limité à 8 au plus** par session. Je vous invite donc à vous inscrire dès AUJOURD'HUI.

Vous ne repartez pas les mains vides. Nous **offrons** à chaque participant, un **livret** comprenant **20 emails** commentés et leurs modèles. L'objet est un point majeur dans le rédactionnel, vous bénéficiez aussi de **101 objets** avec des explications détaillées. Et pour conclure, un **audit** d'un email déjà envoyé ou en cours de réalisation, vous est gracieusement offert. À vous de choisir, l'email à auditer.

Vous pouvez également nous envoyer vos exemples avant le début de la formation ou venir avec eux pour que nous les commentions durant nos échanges.

**Réservez dès maintenant, la date du 8 ou du 10 avril 2014**, selon le niveau auquel vous souhaitez accéder.

Je vous invite à découvrir nos deux programmes et à vous y inscrire.

J'animerai avec un grand plaisir, ces 2 formations. Je suis impatiente de cette rencontre, de ces échanges.

À très bientôt

Diane REVILLARD  
Projet Emailing – Enquête en Ligne  
Auteur du Guide De Survie De L'Emailing



# COMMENT DÉVELOPPER SES VENTES PAR LE CANAL EMAILING ?

Niveau Intermédiaire

## PRE-REQUIS

Connaître les bases de l'emailing  
Avoir effectué au moins une campagne d'emailing

## PUBLIC

Toute personne dont l'objectif est d'utiliser l'emailing pour vendre

## OBJECTIFS

Développer sa base de contacts  
Acquérir les fondamentaux de la rédaction  
Savoir rédiger un email qui vend

## INFORMATIONS PRATIQUES

1 journée  
**890 €HT** - Repas inclus  
Mardi 8 avril 2014  
Paris  
9h30 à 17h30  
Groupe de 8 au plus

## LES PLUS

Chaque participant se fera offrir en supplément de la formation :

- \* 1 livret comprenant 20 types d'email commentés avec les modèles, 101 objets d'emails expliqués
- \* l'audit de la campagne de votre choix

## Introduction

Contexte juridique  
Copywriting versus contenu

### 1. La Constitution De La Liste

Comment établir le portrait du client idéal ?  
Les incentives lors de l'inscription  
Dialoguer avec les prestataires de bases de données  
Exercice

### 2. Les Points Préliminaires

Long copy versus short copy  
L'adresse de l'expéditeur  
L'objet  
Le call to action  
Exemples commentés – Exercice

### 3. Les Différentes Zones De L'emailing

Les zones sensibles : en-tête, pré-entête, désinscription  
La structure du message  
La landing page  
Exemples commentés

### 4. Le Rédactionnel

Comment augmenter vos taux de lecture ?  
Les 5 types de message les plus performants pour vendre  
Exemples commentés – Exercice

### 5. La Délivrabilité

Les principaux écueils  
Les éléments indispensables à connaître dans le choix d'un routeur

## Conclusions

[Vous Inscrire](#)

# COMMENT DÉVELOPPER SES VENTES PAR LE CANAL EMAILING ?

Niveau Expert

## PRE-REQUIS

Router au moins une fois par semaine pour soi-même ou pour ses clients.

## PUBLIC

Responsable emailing, Web Agency, cabinets de conseil, e-commerçant ...

## OBJECTIFS

Développer sa base de contacts.  
Progresser significativement dans la rédaction de ses emails pour vendre.

## INFORMATIONS PRATIQUES

1 journée  
**890 €HT** - Repas inclus  
Jeudi 10 avril 2014  
Paris  
9h30 à 17h30  
Groupe de 8 au plus

## LES PLUS

Chaque participant se fera offrir en supplément de la formation :

- \* 1 livret comprenant 20 types d'email commentés avec les modèles, 101 objets d'emails expliqués
- \* l'audit de la campagne de votre choix

## Introduction

Copywriting versus contenu

### 1. La Constitution De La Liste

Comment établir le portrait du client idéal ?  
Dialoguer avec les prestataires de bases de données  
Trouver les bons partenaires et sécuriser l'échange de listes  
Les trois principaux leviers viraux  
Cas d'application

### 2. La Composition

Le rôle des visuels, leur emplacement  
Les critères de lisibilité  
L'objet  
Pré-entête et technique de copywriting : doper vos ventes  
Exemples commentés

### 3. Le Rédactionnel

Une méthode pour vaincre la peur de la page blanche  
Rédaction d'objets percutants  
Les 5 types de messages les plus performants pour vendre  
L'apport des séquences. Quand et comment les constituer ?  
Exemples commentés – Exercice

### 4. Les Histoires

Pourquoi les utiliser ?  
Les grandes étapes  
Exemples commentés – Exercice

## Conclusions

[Vous Inscrire](#)