

| | |
|-----------------------|--|
| Référence | Venteligne2 - Mise à jour 2019 |
| Durée | 14 heures (2 jours) |
| Pédagogie | <ul style="list-style-type: none"> - Alternance de 5 minutes de théorie pour 15 minutes de pratique - Applications à des cas concrets - Questions / réponses sur les thèmes abordés |
| Public Visé | <ul style="list-style-type: none"> - Tout public professionnel réalisant ou souhaitant réaliser des campagnes e-marketing |
| Animateur / Formateur | Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE |
| Prérequis | <ul style="list-style-type: none"> - Bonne utilisation de Microsoft Windows ou de Apple MacOS - Maîtrise des bases d'Internet |
| Lieu | Dans nos locaux ou sur site |

1 Objectifs / Finalités

- Connaître et utiliser les outils d'analyse d'audience
- Connaître et utiliser les outils de campagnes e-mailing
- Maîtriser les quality rank, page rank et autres outils de mesure de qualité et de référencement
- Repérer les bons usages et les améliorations nécessaires pour améliorer ses campagnes e-mailing

2 Thématiques

Les outils d'analyse d'audience

- Les outils intégrés aux CMS ou optionnels
- Les outils liés à l'hébergeur ou au fournisseur de services
- Les outils externes de mesure et d'analyse d'audience (dont les outils fournis par les régies publicitaires)

Les campagnes e-mailing

- Rappels juridiques sur l'utilisation de données personnelles
- Les bons usages en campagne e-mailing

- Construction d'une base de données en vue de campagnes e-mailing
- Outils de conception et d'envoi d'e-mailing
- Utilisation et décryptage des informations relevées par les outils de mesure d'efficacité d'un e-mailing
- Ciblage, traitement de la base de données et améliorations nécessaires pour améliorer ses campagnes e-mailing

La mesure de qualité et de pertinence

- Utilisation des outils de mesure et de notation de la qualité et de la pertinence d'un contenu
- Traitement des données de mesure de qualité et de pertinence en vue d'orienter l'évolution des contenus et sites Internet.
- Création de stratégie d'amélioration du référencement organique

3 Evaluations

- Evaluations pratiques à la fin de chaque séquence de travail avec reprise des points non maîtrisés si nécessaire