PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · MARKETING DIGITAL

En présentiel à Marseille

Faire de l'emailing son canal le plus rentable

Réf MM-PROG-MKG-1-015-21H · v1.0 · Novembre 2026

21h	3 jours	5	1 785 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Structuration ou montée en puissance de l'email comme canal de fidélisation et de conversion rentable.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Cadrer une stratégie emailing alignée avec les objectifs business et le cadre RGPD
2. Construire et entretenir une base de contacts saine et performante
3. Sécuriser la délivrabilité de ses campagnes par les mécaniques techniques et l'hygiène
4. Concevoir des emails qui convertissent par des structures et un copywriting orientés conversion
5. Industrialiser ses scénarios emailing et piloter leur performance par le test & learn

POUR QUI

Responsables marketing et CRM, chargés d'emailing, e-commerçants. Intermédiaire en marketing digital.

AVANT DE COMMENCER

Maîtrise du marketing digital ; être en charge de l'emailing, de l'acquisition ou de la fidélisation dans son entreprise

Accès à une plateforme emailing professionnelle pour les ateliers, poste de travail avec accès à internet

Disposer d'une base de contacts à exploiter pendant la formation emailing

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Enjeux et périmètre de l'emailing comme canal stratégique · Gérer la base de données emails

Position de l'emailing dans le mix (acquisition, conversion, rétention, transactionnel) · Tactiques de collecte

MODULES 3 ET 4

Sécuriser la délivrabilité des emails · Concevoir des emails qui convertissent

Mécaniques techniques d'authentification · Framework des 5 paramètres clés

MODULE 5

Piloter et industrialiser ses scénarios d'emailing

Cartographie des scénarios stratégiques par objectif

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports
- Études de cas
- Ateliers de conception

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 3H

Enjeux et périmètre de l'emailing comme canal stratégique

Position de l'emailing dans le mix (acquisition, conversion, rétention, transactionnel) · Push vs Pull, B2B vs B2C, marketing vs CRM · Cadre légal et RGPD : collecte, consentement, droits, conformité opérationnelle · Tour d'horizon des solutions emailing du marché · Diagnostic de sa pratique actuelle vs benchmarks sectoriels

MODULE 2 · 3H

Gérer la base de données emails

Tactiques de collecte · Segmentation comportementale, déclarative, progressive · Hygiène de base : nettoyage, désengagement, hard/soft bounces · Stratégies de réactivation des dormants

MODULE 3 · 3H

Sécuriser la délivrabilité des emails

Mécaniques techniques d'authentification · Réputation IP, warm-up, blacklists · Filtres anti-spam : critères techniques et leviers d'optimisation · Monitoring et indicateurs de délivrabilité · Plan d'action si la délivrabilité se dégrade

MODULE 4 · 4H

Concevoir des emails qui convertissent

Framework des 5 paramètres clés · Structures d'emails qui convertissent par typologie · Copywriting orienté conversion · Pre-header et appel à l'action efficaces · Personnalisation à l'échelle

MODULE 5 · 8H

Piloter et industrialiser ses scénarios d'emailing

Cartographie des scénarios stratégiques par objectif · Séquences associées à chaque scénario : nombre de touches, timing, embranchements, conditions de sortie · Best practices des campagnes par typologie de scénario · Lead scoring et orchestration multicanal · Pilotage des campagnes emailing par les indicateurs · A/B testing structuré · Cas pratique fil rouge : conception d'un scénario complet sur cas réel apprenant

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Projet final de plan emailing · Livrables : audit de sa base et de sa délivrabilité, scénario complet documenté, plan emailing sur cas réel avec scénarios prioritaires conçus

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

1 785 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44