

Programme de formation

OBJECTIF PROFESSIONNEL VISE

Cette formation a pour but de développer les compétences des apprenants sur la plateforme Campaign.

Elle est proposée dans le cadre de l'apprentissage de la plateforme Campaign by Dolist et de tout l'univers de la délivrabilité dans le contexte de l'e-mail marketing.

Objectifs opérationnels de la formation :

- Comprendre le rôle de l'email marketing dans une stratégie digitale globale.
- Savoir concevoir, mettre en œuvre et analyser des campagnes d'emailing performantes.
- Maîtriser les bonnes pratiques légales, techniques et créatives pour maximiser l'impact des emails.

NATURE DE L'ACTION DE FORMATION

Action réalisée en distanciel et en INTRA entreprise

Durée : 1 jour soit 7h.

Horaires de formation : A définir.

DELAI D'ACCES A LA FORMATION

Au moins 10 jours ouvrés après la signature du devis.

MODALITES D'INSCRIPTION

Formulaire d'inscription sur le site <https://services.dolist.com/services-marketing/formations-email/>

Contacter Antoine Carillo par mail : a.carillo@dolist.com ou votre référent commercial chez Dolist.

PUBLIC VISÉ

Tous

A L'ATTENTION DES PERSONNES AYANT BESOIN D'UNE AMELIORATION SPECIFIQUE POUR LEUR FORMATION

Notre organisme peut vous offrir des possibilités d'adaptation et/ou de compensations spécifiques si elles sont nécessaires à l'amélioration de vos apprentissages sur cette formation. Aussi si vous rencontrez une quelconque difficulté nous vous remercions de contacter Stéphane Hoarau directement au ou par email à l'adresse s.hoarau@dolist.com

PRÉREQUIS DES STAGIAIRES AVANT FORMATION

Aucun

FORMATEURS

Communiqué après la signature du devis.

RESPONSABLE PÉDAGOGIQUE

Pour toute question pédagogique n'hésitez pas à contacter Mickaël Levieux m.levieux@dolist.com

CONTENU DU PROGRAMME DE L'ACTION DE FORMATION

A/B Test :

Créer des e-mails permet de générer potentiellement un AB test. Présentation du module à partir des créations, présentation de son fonctionnement (quelques statistiques choisir) et mise en avant de son utilité.

Bonnes pratiques :

Définition des bonnes pratiques de l'e-mail marketing, point d'ancrage et remise à niveau avant le déroulé de la formation sur la plateforme

Ciblage :

Présenter les filtres, la manière d'ajouter les différents filtres et comment les intégrer grâce au OU / ET.

Contact :

Présenter la base de données, comment rechercher les contacts

Présenter une fiche de contacts, l'aperçu avec les statuts d'abonnements, les champs de données, les intérêts, les différents envois effectués.

Présenter les différentes données du data centric.

E-Mail Builder :

Comment accéder à l'éditeur, création depuis un template simple, marketing ou sauvegardé.

Créer un message depuis les différents templates.

Montrer l'ensemble des blocs, comment les ajouter, modifier supprimer et déplacer. Accès au code HTML pour modifications complexes.

Exercices :

Cas pratiques et quizz

Export :

Présenter les modèles contacts, statistiques et DC. Construction de modèles basiques (ciblage, ouvreurs, cliqueurs). Mise en place d'exports ponctuels et récurrents.

Import :

Générer un premier import de données, montrer le mapping et la configuration

Introduction :

Se présenter, présenter la formation et ses objectifs, faire un tour de table des formés

Landing Pages :

Créer une landing page en simple et double opt-in.

Utilisation du Landing Pages Builder

Présenter les fonctionnalités autour de la LP (iframe, url, variable, quotas, dates de validité, notifications utilisateurs et clients)

Menu Burger :

Fonctionnement des champs de contacts, intérêts, abonnements fins, création des adresses expéditrices et de réponses.

Message et envoi E-mail :

Comment accéder aux messages

Paramétrer le nom du message, l'objet, l'expéditeur et l'adresse de réponse.

Montrer toutes nos autres fonctionnalités, partage de l'e-mail, personnalisation du tracking et l'expiration.

Planifier un envoi avec le client, le nommer, choisir son ciblage préalablement fait, configurer le rythme (nombre d'envoi tous les x temps), le moment de l'envoi et les plages de diffusion.

Message et envoi SMS :

Montrer comment créer un message, parler des spécificités du comptage des caractères, paramétrage des éléments d'un SMS et planification de l'envoi (ISO e-mail)

Scénario :

Scénariser des campagnes, choisir son point d'entrée et calibrer les différents envois avec différentes conditions.

Essayer le mode test

Statistiques :

Présenter les différentes statistiques (rappel des bonnes pratiques), comment retrouver les informations de l'envoi et la heatmap.

Tags :

Classer tous les éléments créés avec des tags et les attribuer pour ranger toutes les créations (ciblage, message, statistiques).

METHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES UTILISES

Moyens pédagogiques :

Apports théoriques : présentation des concepts clés via supports visuels (diaporamas, schémas, cas concrets).

Études de cas : analyse de campagnes d'emailing réelles (bonnes et mauvaises pratiques).

Travaux pratiques : conception et envoi d'emails via une plateforme d'email marketing.

Mises en situation : simulation d'une campagne complète (de la définition des objectifs à l'analyse des résultats).

Échanges interactifs : discussions, brainstorming et retours d'expérience des participants.

Quiz et auto-évaluations : pour vérifier la compréhension au fil de la formation.

Moyens techniques :

Accès à une plateforme d'emailing (compte de formation dédié).

Support pédagogique numérique : slides, fiches pratiques, guides pas-à-pas.

Editeur de message (modèles d'emails responsives).

Outils d'analyse : tableaux de suivi des KPIs, OPERA.

MOYENS MATERIELS UTILISES EN FORMATION

Évaluations formatives : quiz ou QCM en cours de formation pour vérifier la compréhension.

Exercices pratiques : création d'un email, segmentation d'une base de données, mise en place d'un scénario automatisé.

Auto-évaluation : questionnaire de positionnement en début et en fin de formation pour mesurer la progression perçue par le participant.

Questionnaire de satisfaction à chaud : évaluer la qualité perçue (contenu, animation, utilité).

Évaluation à froid : mesurer l'application concrète dans le poste de travail.

SUIVI ET ÉVALUATION TOUT AU LONG DE LA FORMATION

- Une feuille d'émargement est signée par les apprenants et les formateurs et par demi-journée de formation, elle permettra de justifier de la réalisation de la formation.
- Des questionnaires individuels seront à remplir avant et après la formation
- Un certificat de réalisation individuel de la formation sera produit

SANCTION DE FIN DE FORMATION

Un certificat de réalisation est remis individuellement à chaque stagiaire et aux autres acteurs en fonction du besoin

DOCUMENTS CONTRACTUELS FOURNIS

Toutes les actions de formations dispensées font l'objet d'une convention de formation avec un règlement intérieur de la formation et les conditions de vente.

Document réalisé 04/12/2025.