

MailChimp avancé : les outils de marketing automation

FORMATIONS DE COURTE DURÉE

THÈME(S): MARKETING ANALYTICS

Durée: 1 jour

Formateur: Jérémy Lambert

Augmentez votre taux de conversion grâce à l'Automation

Formation à distance



Le Marketing Automation connaît un développement sans précédent, parallèle à l'évolution de la fonction marketing en réponse au comportement client. Il permet d'anticiper, d'automatiser et de mesurer des tâches marketing dans un objectif d'efficacité et d'optimisation du ROI.

MailChimp, la célèbre plateforme d'emailing, a bien saisi l'enjeu de cet ensemble de tactiques et de technologies. Elle offre aujourd'hui des outils performants de lead nurturing/scoring, de segmentation, d'automatisation et de reporting.

Cette formation vous donnera les clés pour augmenter votre taux de conversion et optimiser vos investissements marketing grâce à l'Automation MailChimp.



PUBLIC



PRÉREQUIS

Une connaissance de base de MailChimp est requise.



CONTENU DE LA FORMATION

Objectifs

Au terme de cette formation, les participants seront en mesure de :

- Concevoir un entonnoir de conversion efficace (lead generation, lead nurturing et fidélisation)
- Mettre en oeuvre des tactiques de segmentation et de lead scoring dans MailChimp
- Créer et configurer des Workflows adaptés à leur stratégie dans MailChimp
- Relier ces Workflow aux autres canaux digitaux (landing pages, site Web, e-Commerce, CRM, Social Media, ...)
- Mesurer les performances des campagnes et Workflows pour optimiser le ROI

Contenu de la formation

1. Définition du Marketing Automation

- Qu'est-ce que le Marketing Automation et comment l'intégrer dans sa stratégie digitale ?
- Quels sont les bénéfices du Marketing Automation ?
 - Lead generation et lead nurturing
 - Lead scoring et segmentation
 - Gestion de la relation client et engagement marketing
 - Fidélisation des clients
 - Optimisation du ROI marketing
 - Démarche orientée « Smarketing »

AUTOMATISER EFFICACEMENT SES EMAILS AVEC MAILCHIMP

1. Lead scoring et segmentation avancée via MailChimp
2. Configurer un Workflow via l'outil d'automatisation MailChimp

- Les triggers (événements « déclencheurs ») : définition
- Types de Workflows et applications possibles :
 - Activité de l'abonné dans les précédentes campagnes d'emailing (ouverture/non-ouverture, clic,...) : relance, informations personnalisées,...
 - Activité sur le site web : retargeting d'internautes intéressés par des pages spécifiques,...
 - Activité sur un site d'e-Commerce : cross-selling, up-selling, offres,...
 - Date/événement unique ou récurrent(e) : email d'anniversaire,...
 - Mandrill : emails transactionnels (suivi de commande, envoi de login/password,...)
 - Intégration CRM et API MailChimp : message de bienvenue aux nouveaux prospects, programme VIP,...
- Cas pratique : créer et configurer son Workflow
 - Segmentez vos leads
 - Ciblez le contenu de votre site web : landing pages et formulaires
 - Ciblez le contenu de vos emails
 - Adaptez votre Workflow à votre stratégie
- Quelques outils d'intégration MailChimp :
 - Lier MailChimp à un site web et cibler les visiteurs de pages spécifiques
 - Lier MailChimp à un site d'e-commerce et augmenter ses ventes
 - Lier MailChimp à un CRM et améliorer la relation client

3. Mesurer l'efficacité des actions : statistiques MailChimp

- Reporting des campagnes d'emailing
- Reporting des Workflows
- Performances mensuelles des Workflows



PARTICULARITÉS

Cette formation est dédiée à des travailleurs, indépendants et salariés, du privé, du public et du non-marchand, ainsi qu'aux enseignants du secondaire et du supérieur et aux travailleurs sous un statut assimilable: outplacement, PFI,...

Technofutur TIC se réserve le droit de restreindre, le cas échéant, l'accès à des candidats qui ne répondent pas à ces critères ou ne remplissent pas les prérequis.

Cette formation se fera à distance.

Cette formation n'est pas agréée Chèques-Formation.



FORMATEUR



Digital Campaign Manager pour l'Agence Clef2web, **Jonathan Carette**, accompagne les clients dans la mise en œuvre et la gestion de leurs campagnes marketing digital.

Certifiée Google Adwords, Google Analytics, et Inbound Marketing (Hubspot), il accompagne les PME et indépendants avec toute sa passion pour la stratégie digitale :

- Développer une stratégie qualitative et ciblée pour attirer une clientèle
- Optimiser le parcours du consommateur et le convertir en client fidèle
- Construire une relation durable, humaine et forte avec le client

Quelques références : Unamur, Brasserie Dubuisson, AB Inbev, Leonidas, CSC, Educam, Induscabel, Sace, Esthétique Technologies, Troll et Légendes, Relais Bio, Aurelio Cigna,...



PRIX

Prix plein : 250 €

[En savoir plus sur nos tarifs](#)



INFORMATIONS

Secrétariat - Pôle Entreprises
Tél. 071 254 942
entreprises@technofuturtic.be



DATE

Liste d'attente*

* Aucune session n'est programmée pour cette formation ? Les dates ne conviennent pas ? Inscrivez-vous à la LISTE D'ATTENTE. C'est une simple manifestation d'intérêt qui nous permettra de vous recontacter quand la formation sera organisée à nouveau.

DEMANDE D'INSCRIPTION