



Optimiser sa délivrabilité emailing

Délivrabilité emailing : Formation sur 2 jours

Objectif : Cette formation a pour but de connaître les spécificités de l'emailing afin d'améliorer la qualité de réception de ses campagnes email.

1- Connaître et comprendre les différents systèmes de filtrages existants et améliorer la bonne réception de ses propres campagnes.

2- Composer des e-mails pouvant :

- passer à travers les différents filtres et les logiciels anti-spam
- être lus correctement par tous les supports de lecture
- susciter l'intérêt et l'action

Public : Responsables communication, marketing, webmasters.

Pré-requis : Des connaissances de l'environnement web. du codage html.

Durée : 2 journées (14 heures)

1ère journée – – – – –

1 – Introduction : Historique et Etat des lieux de l'emailing

Création de l'emailing

Les différentes époques de l'emailing

Etat du Marché

La législation

La perception du public

Le Spam, le phishing et leurs incidences

L'email et le smartphone

2 – Un peu de technique

Le parcours de l'email

Le protocole SMTP

Les spécificités techniques de l'emailing

3 – Les différents systèmes de filtrage

Les politiques des FAI/Webmails

Les cellules Abuse

Les boucles de rétroaction

Le rejet en fonction de la qualité de la base

Les différentes normes d'authentification

Le blacklistage d'Ip ou de serveurs de filtrage

Les liens de tracking

Les spamtraps

Le greylisting

Les logiciels anti-spam

Les filtrages d'enveloppe

Les filtres bayésiens

Les filtres heuristiques

Les filtrages par mots clés

Analyse de pièces jointes

Analyses des images

4 – Les solutions

Avoir une base saine

Comment constituer et gérer sa base pour y arriver

Savoir interpréter les résultats (Hardbounce – Softboune)

Gérer correctement les désabonnements, les plaintes, les listes noires

Avoir un message performant

L'objet

Les mots à éviter

Le meca

Les 2 formats des emails

Codifier correctement en html

Les Images

Avoir une solution d'envoi optimisée

Les différents types de solutions

Mutualisé ou IP dédié

Les principes d'authentification

La personnalisation des liens de tracking

Les outils de contrôle de réputation

5 – Suivre l'actualité de la délivrabilité

2ème journée – – – – –

6 – Des typologies de campagnes emailing

La conquête

La fidélisation

7 – La composition des messages

Les formats techniques

Les éléments d'identification

Nom expéditeur

Email expéditeur

Email de réponse

L'objet □ La longueur – La personnalisation – Le texte – Les caractères spéciaux

La structure

L'organisation des blocs d'informations

Les éléments de base □ La taille du message – L'organisation des blocs d'information – Le fond – Les polices – Le

vocabulaire – La gestion des couleurs – Les images – La vidéo
– Les formulaires de collecte de données – Les pièces jointes.
Les éléments fonctionnels □ Le pré-header – Le Meca – La page
miroir – Les call to action – La landing page – Les liens vers
les réseaux sociaux – Le lien de transfert à un ami – Le
désabonnement.

La codification html

HTML, XHTML, CSS

Quel logiciel utiliser

Quel encodage utiliser

Les balises inutiles

Les balises à utiliser

La structure

Comment utiliser le CSS

Le message pour smartphone

Des outils pour aider

Le texte brut

Les outils de prévisualisation

Les outils spamcheck

Des plates formes de templates

Les tests

Les outils de veille

8 – Pour en savoir plus

**– Vous souhaitez en savoir plus sur ce
programme, laissez nous vos coordonnées,
nous nous recontacterons :**

Votre nom (obligatoire)

Votre prénom

Votre société (obligatoire)

Votre téléphone (obligatoire)

Votre email (obligatoire)

Précisions

Oui, je souhaite être contacté afin d'avoir plus d'informations sur les formations proposées"

Envoyer

[Nos autres programmes de formation newsletters](#)