

TECHNO



ADMINISTRATEUR TECHNIQUE – ADOBE CAMPAIGN STANDARD



Public

- Equipe IT responsable de la maintenance applicative
- Rédacteur des spécifications techniques de la solution
- Profil MOE en charge des développements de la solution

Prérequis

- Notions techniques de base (SGBD = principe de clef primaire/clef étrangère)
- La formation Gestionnaire de campagnes marketing – Adobe Campaign Standard est un plus (mais non obligatoire)

Objectifs

- Etre capable de développer des IHM spécifiques et enrichir le datamart marketing de la plateforme Adobe Campaign Standard
- Développer des workflows techniques (import/export de flux)
- Créer des formulaires d'acquisition, d'abonnement...

Informations pratiques

Formateur : Gildas LE PLUART
Durée : 1 jour – 7 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 990 € HT repas inclus

Dates en 2018

17 octobre



GÉRER LES DROITS D'ACCÈS À LA PLATEFORME

- Administration de la plateforme
 - Accès à l'administration, présentation des fonctionnalités
 - Présentation des droits et groupes de droits
 - Présentation des orgUnit et geoUnit
- Gestion des utilisateurs

LES RESSOURCES SPÉCIFIQUES (modèles de données, personnalisation interfaces)

- Extension du modèle de données
 - Ajout de nouvelles ressources
 - Modification des attributs
 - Gestion des énumérations
 - Publication du modèle
- Adaptation des interfaces

CRÉER, MODIFIER, EXPLOITER DES WORKFLOWS

- Automatisation et planification des tâches
 - Principe du workflow
 - Les activités et transitions
 - Journal du workflow
 - Supervision du workflow
 - Planification
- Workflow de type import de données
- Workflow de type export de données

COMMENT CRÉER DES FORMULAIRES WEB

- Types de landing page
- Adapter la page de désabonnement
- Formulaire d'inscription à un service

UTILISER LES API D'ACS

- Protocole REST
- Méthodes standards et exemples

1 jour – 990 € HT

GESTIONNAIRE DE CAMPAGNES MARKETING – ADOBE CAMPAIGN STANDARD



Public

- Chargé(e) de campagnes marketing
- Chargé de ciblage opérationnels
- Intégrateur HTML pour l'emailing
- Responsable CRM ou digital, CMO
- Consultant Digital et CRM

Prérequis

- Pas de prérequis technique
- Connaissances génériques dans le marketing digital/direct

Objectifs

- Appréhender le périmètre fonctionnel de la solution
- Être autonome dans l'utilisation d'Adobe Campaign Classic
- Créer & valider les campagnes, superviser l'activité marketing

Informations pratiques

Formateur : Gildas LE PLUART
 Durée : 1 jour – 7 h
 Lieu : Paris 9ème
 Prix : 990 € HT repas inclus

Dates en 2018

11 décembre

CONNEXION À LA PLATEFORME

- Adobe Marketing Cloud & identification via son AdobeID
- Principes de l'interface
- Présentation de l'environnement
 - Activités marketing
 - Fiche Contact
 - Rapports
 - Plan marketing

LE RÉFÉRENTIEL DE CONTACTS

- Fiche Client/Prospect
- Gestion des consentements et des abonnements
- Imports de fichiers
- Gestion des audiences

LA GESTION DES COMMUNICATIONS

- Les différents canaux de communication
- Concept de modèle
- Assistant de diffusion email
 - Cible principale, BAT, population témoin
 - Gestion du corps de l'email, du sujet
 - Personnalisation et bloc de personnalisation
 - Tracking & prévisualisation de l'email
 - Planification
- Assistant de diffusion courrier
 - Définition du format d'extraction
 - Prestataire courrier
- Assistant de diffusion SMS



1 jour – 990 € HT



GESTIONNAIRE DE CAMPAGNES MARKETING – ADOBE CAMPAIGN STANDARD



Public

- Chargé(e) de campagnes marketing
- Chargé de ciblage opérationnels
- Intégrateur HTML pour l'emailing
- Responsable CRM ou digital, CMO
- Consultant Digital et CRM

Prérequis

- Pas de prérequis technique
- Connaissances génériques dans le marketing digital/direct

Objectifs

- Appréhender le périmètre fonctionnel de la solution
- Etre autonome dans l'utilisation d'Adobe Campaign Classic
- Créer & valider les campagnes, superviser l'activité marketing

Informations pratiques

Formateur : Gildas LE PLUART

Durée : 1 jour – 7 h

Lieu : Paris 9ème

Prix : 990 € HT repas inclus

Dates en 2018

11 décembre



LES CAMPAGNES MARKETING

- Définition du plan marketing relationnel (Plan/Programme/Campagne)
- Campagnes one Shot, récurrente, trigger
- Attributs de la campagne (validations, documents...)
- Workflow de campagne
 - Planification, ciblage et communication
 - Exécution de la campagne
 - Résolution des problèmes
- Rapports de campagne

1 jour – 990 € HT



ADMINISTRATEUR TECHNIQUE – ADOBE CAMPAIGN CLASSIC



Public

- Equipe IT responsable de la maintenance applicative
- Rédacteur des spécifications techniques de la solution
- Profil MOE en charge des développements de la solution
- Architecte/MOE en charge de développements complexes (API, workflows techniques)

Prérequis

- Notions techniques de base (SGBD = principe de clef primaire/clef étrangère, langage de base XML)
- Connaissance du protocole SOAP idéalement
- La formation Gestionnaire de campagnes marketing – Adobe Campaign Classic est un plus (mais non obligatoire)

Objectifs

Jour 1

- Etre capable de développer des IHM spécifiques et enrichir le datamart marketing de la plateforme Adobe Campaign Classic
- Développer des workflows techniques (import/export de flux)
- Créer des formulaires d'acquisition, d'abonnement...

Informations pratiques

Formateur : Nicolas DARUL
Durée : 2 jours – 14 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

21 et 22 novembre

JOUR 1

1. Le référentiel de données

- Le modèle logique, notion de schéma : le langage XML et la syntaxe Xpath, les schémas natifs (de type vue) sur compte externe (FDA), les attributs et la gestion des énumérations, les extensions de schéma, le requêteur générique
- Le référentiel d'usine
- Assistant de création ou d'extension de schéma
 - Application des changements par l'administrateur technique

2. L'interface utilisateur

- L'interface console : Mapping Ecran-Schéma, l'objet Conteneur, les principaux composants de l'IHM
- L'arborescence de navigation : droits d'accès sur l'arborescence, créer un nouveau type de nœud

3. Les workflows

- Automatisation et planification des tâches : Principe du workflow, les activités et transitions, Journal et supervision du workflow, planification
- Workflows de type import de données et export de données
- Workflow de notification aux utilisateurs métier ou IT

4. Les formulaires web

- Formulaire d'usine (désabonnement)
- Formulaire d'acquisition ou d'abonnement
- Formulaire de type questionnaire

5. Déploiement

- Packaging des développements
- Export/Import des data packages

2 jours – 1 980 € HT



ADMINISTRATEUR TECHNIQUE – ADOBE CAMPAIGN CLASSIC



Public

- Equipe IT responsable de la maintenance applicative
- Rédacteur des spécifications techniques de la solution
- Profil MOE en charge des développements de la solution
- Architecte/MOE en charge de développements complexes (API, workflows techniques)

Prérequis

- Notions techniques de base (SGBD = principe de clef primaire/clef étrangère, langage de basile XML)
- Connaissance du protocole SOAP idéalement
- La formation Gestionnaire de campagnes marketing – Adobe Campaign Classic est un plus (mais non obligatoire)

Objectifs

Jour 2

- Etre capable d'intégrer des webservices Adobe Campaign Classic dans votre SI
- Développer des workflows techniques avancés (datamanagement & API)
- Enrichir l'API standard

Informations pratiques

Formateur : Nicolas DARUL
Durée : 2 jours – 14 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

21 et 22 novembre

JOUR 2

1. L'API Adobe Campaign Classic

- Présentation de l'API Adobe Campaign Classic : Protocole SOAP, premier exemple, fichier wsdl, utilisation d'outils de test, authentification et documentation
- Interrogation de la base marketing
- Mise à jour de la base marketing
- Déclenchement d'un workflow

2. Workflow avancés

- DataManagement : présentation globale, focus sur l'enrichissement de données, ETL (chargement de données), focus FDA, exemple de calculs d'agrégats et utilisation en personnalisation
- Utilisation de l'API : exemple de script et bonnes pratiques (à faire/ne pas faire)

3. Extension de l'API et utilisation

- Principe : Schéma et librairie, premier exemple, utilisation dans la console et utilisation par un appel WS ou interne
- Message Center : Objectif du module, méthodes exposées, cycle de vie d'un événement

4. Formulaires avancées

- WebApp avancées : Personnalisation, parcours conditionnel, exploitation des résultats pour les questionnaires, script
- Javascript Server Page : Principe et Exemple

2

2 jours – 1 980 € HT

GESTIONNAIRE DE CAMPAGNES MARKETING – ADOBE CAMPAIGN CLASSIC



Public

- Chargé(e) de campagnes marketing
- Chargé de ciblage opérationnels
- Intégrateur HTML pour l'emailing
- Responsable CRM ou digital, CMO,
- Consultant Digital et CRM

Prérequis

- Pas de prérequis technique
- Connaissances génériques dans le marketing digital/direct

Objectifs

- Appréhender le périmètre fonctionnel de la solution
- Être autonome dans l'utilisation d'Adobe Campaign Classic
- Créer & valider les campagnes, superviser l'activité marketing

Informations pratiques

Formateur : Laurent CANESTRIER
 Durée : 1 jour – 7 h
 Lieu : Paris 9ème
 Prix : 990 € HT repas inclus

Dates en 2018

6 novembre

CONNEXION À LA PLATEFORME

- Console, déploiement et identifiants
- La gestion des accès et des permissions par l'administrateur
- Les différents menus et la page d'accueil
- Accès web aux rapports globaux
- Modules de la solution

LE RÉFÉRENTIEL CLIENT

- L'approche « Customer centric »
- Fiche Contact et/ou Prospect
- Gestion des consentements et des abonnements
- Imports de fichiers
- Gestion des listes
- Workflow de comptage

LA GESTION DES COMMUNICATIONS

- Les différents canaux de communication
- Concept de modèle
- Assistant de diffusion email
 - Cible principale, BAT, population témoin
 - Gestion du corps de l'email, du sujet
 - Personnalisation et bloc de personnalisation
 - Tracking & prévisualisation de l'email
 - Planification
- Assistant de diffusion courrier
 - Définition du format d'extraction
 - Prestataire courrier
- Assistant de diffusion SMS



1 jour – 990 € HT



GESTIONNAIRE DE CAMPAGNES MARKETING – ADOBE CAMPAIGN CLASSIC



Public

- Chargé(e) de campagnes marketing
- Chargé de ciblage opérationnels
- Intégrateur HTML pour l'emailing
- Responsable CRM ou digital, CMO,
- Consultant Digital et CRM

Prérequis

- Pas de prérequis technique
- Connaissances génériques dans le marketing digital/direct

Objectifs

- Appréhender le périmètre fonctionnel de la solution
- Etre autonome dans l'utilisation d'Adobe Campaign Classic
- Créer & valider les campagnes, superviser l'activité marketing

Informations pratiques

Formateur : Laurent CANESTRIER
Durée : 1 jour – 7 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 990 € HT repas inclus

Dates en 2018

6 novembre



LES CAMPAGNES MARKETING

- Définition du plan marketing relationnel (Plan/Programme/Campagne)
- Campagnes one Shot, récurrente, trigger
- Attributs de la campagne (validations, documents...)
- Workflow de campagne
 - Planification, ciblage et communication
 - Exécution de la campagne
 - Résolution des problèmes
- Rapports de campagne

1 jour – 990 € HT



ADMINISTRATEUR TECHNIQUE – SELLIGENT CAMPAIGN



Public

- Equipe IT responsable de la maintenance applicative
- Rédacteur des spécifications techniques de la solution
- Profil MOE en charge des développements de la solution
- Architecte/MOE en charge de développements complexes (API, SQL avancé)

Prérequis

- Bonnes Notions techniques de base de données
- Connaissance des webservices
- La formation Gestionnaire de campagnes marketing – Selligent Campaign est un plus (mais non obligatoire)

Objectifs

Jour 1

- Etre capable de développer des imports / exports de données pour alimenter le datamart
- Contrôler la cohérence des données
- Créer des formulaires d'abonnement, de désabonnement

Informations pratiques

Formateur : Aurélien HANTRAYE

Durée : 2 jours – 14 h

Lieu : Paris 9ème

Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

10 et 11 octobre

JOUR 1

1. Le référentiel de données

- Le modèle de données : les types de listes dans Selligent Campaign, les relations entre les listes, les index

2. L'interface utilisateur

- Le requêteur SQL (mode simple / avancé), les processus (tâches), les paramètres

3. Module processus

- Types de processus : Chargement de données, Traitement SQL, exportation de données
- Import de données : Paramétrage, Rejets et Destination
- Export de données : Paramétrage, rejets et Destination
- Suivi et alerte des traitements, Paramétrage

4. Procédures stockées

- Création de procédures

5. Les formulaires web

- Formulaire de désabonnement, d'acquisition ou d'abonnement

6. Déploiement

- Packaging des développements, export/import des packages

2 jours – 1 980 € HT



ADMINISTRATEUR TECHNIQUE – SELLIGENT CAMPAIGN



Public

- Equipe IT responsable de la maintenance applicative
- Rédacteur des spécifications techniques de la solution
- Profil MOE en charge des développements de la solution
- Architecte/MOE en charge de développements complexes (API, SQL avancé)

Prérequis

- Bonnes Notions techniques de base de données
- Connaissance des webservices
- La formation Gestionnaire de campagnes marketing – Selligent Campaign est un plus (mais non obligatoire)

Objectifs

Jour 2

- Manipuler les données Selligent Campaign
- Utiliser les webservices
- Acquérir les bonnes pratiques en terme de développement

Informations pratiques

Formateur : Aurélien HANTRAYE
Durée : 2 jours – 14 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

10 et 11 octobre

JOUR 2

1. Tables systèmes Selligent Campaign

- Actionqueue / Flags / ...
- Contraintes d'utilisation, Optimisation
- A faire / à ne pas faire

2. Module processus

- Import de données : Bonnes pratiques de chargement de données, tables temporaires/indexation
- Export de données : Bonnes pratiques de chargement de données, tables temporaires/indexation

3. Journey maps avancés 1

- Journey map composants d'entrée / redirection
- Intégration de procédures stockées au sein de journey map
- Mise en œuvre d'appels Webservice dans un journey map (HTTP, SOAP)

4. Journey maps avancés 2

- Formulaire conditionnels, Variables partagées
- Mise en œuvre d'appels Webservice dans un journey map

5. Présentation de l'API

- Broadcast API, Individual API

2

2 jours – 1 980 € HT

GESTIONNAIRE DE CAMPAGNES MARKETING – SELLIGENT CAMPAIGN



Public

- Chargé(e) de campagnes marketing
- Chargé de ciblage opérationnels
- Intégrateur HTML pour l'emailing
- Responsable CRM ou digital, CMO,
- Consultant Digital et CRM

Prérequis

- Pas de prérequis technique
- Connaissances génériques dans le marketing digital/direct

Objectifs

- Appréhender le périmètre fonctionnel de la solution
- Être autonome dans l'utilisation de Selligent Campaign
- Créer & valider les campagnes, superviser l'activité marketing

Informations pratiques

Formateur : Jérôme DAIX
 Durée : 1 jour – 7 h
 Lieu : Paris 9ème
 Prix : 990 € HT repas inclus

Dates en 2018

13 novembre



ACCÉDER À LA PLATEFORME

- Présentation du portail
- Les différents menus et la page d'accueil
- Description des différents modules
- Présentation de l'interface utilisateur
- Présentation des différents éléments d'une campagne

PROCESSUS D'UNE CAMPAGNE

- Audience
- Cible
- Canaux de diffusion
- Contenu de diffusion
- Planification de la campagne
- Exécution de la campagne
- Reporting de la campagne

CRÉER UNE LISTE D'AUDIENCE

- Types de listes
- Création d'une liste
- Personnalisation d'une liste d'audience
- Qualité de l'email
- Créer des fiches de contact
- Importer des contacts
- Segments

CRÉER UN EMAIL

- Création d'un email
- Paramétrage de l'email
- Personnalisation de l'email
- Capteurs, tracking et désinscription
- Aperçu de l'email

1 jour – 990 € HT



GESTIONNAIRE DE CAMPAGNES MARKETING – SELLIGENT CAMPAIGN



Public

- Chargé(e) de campagnes marketing
- Chargé de ciblage opérationnels
- Intégrateur HTML pour l'emailing
- Responsable CRM ou digital, CMO,
- Consultant Digital et CRM

Prérequis

- Pas de prérequis technique
- Connaissances génériques dans le marketing digital/direct

Objectifs

- Appréhender le périmètre fonctionnel de la solution
- Etre autonome dans l'utilisation de Selligent Campaign
- Créer & valider les campagnes, superviser l'activité marketing

Informations pratiques

Formateur : Jérôme DAIX
 Durée : 1 jour – 7 h
 Lieu : Paris 9ème
 Prix : 990 € HT repas inclus

Dates en 2018

13 novembre



CRÉER UN JOURNEY MAP

- Présentation des composants
- Création d'un journey map simple : 1 cible, 1 email
- Test de l'email
- Aperçu, analyse de l'email, BAT
- Diffusion (oneShot, récurrente, ...)
- Suivi de la diffusion (livraison)

LES CAMPAGNES MARKETING

- Définition du plan marketing relationnel (Plan/Programme/Campagne)
- Arborescence
- Rapports de campagne

1 jour – 1 980 € HT

DATA



ADOBE ANALYTICS



Public

- Web analystes

Prérequis

- Connaître un outil de webanalyse de manière opérationnelle
- 1 an d'expérience min.

Objectifs

- Comprendre les données collectées sur mon site
- Vérifier la qualité des données collectées
- Comprendre comment construire un rapport sur-mesure
- Savoir partager des données

Le + : de la pratique

- Les thèmes présentés seront illustrés de nombreux cas concrets et des exercices.
- Venez avec votre ordinateur et réalisez les exercices avec le formateur sur votre environnement de travail.

Informations pratiques

Formateur : Nicolas TAILLET
Durée : 2 jours – 14 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

5 et 6 décembre

JOUR 1

1. Introduction à la webanalyse

- Objectif de la webanalyse
- La collecte de données
- Dimensions
- Métriques
- Spécificités d'Adobe Analytics

2. Organiser la collecte des données

- Architecture d'un compte
- Plan de marquage
- Tracking web et app

3. Vérifier la qualité des données collectées

- Le datalayer
- Composition d'un hit
- Types de hits

4. Construire mes rapports et partager l'information

- Adobe Workspace
- Adobe Report Builder

5. Décupler la valeur de mes rapports

- Segmenter les utilisateurs
- Utiliser les segments Analytics sur les autres solutions du Cloud
- Métriques calculées

6. Évaluation des acquis de la journée

- Créer un rapport basique à partir d'un brief
- Enrichir le rapport basique avec un segment et une métrique calculée
- Mettre en place un envoi automatique à une liste d'utilisateurs

2 jours – 1 980 € HT



ADOBE ANALYTICS



Public

- Web analystes

Prérequis

- Connaître un outil de webanalyse de manière opérationnelle
- 1 an d'expérience min.

Objectifs

- Comprendre les données collectées sur mon site
- Vérifier la qualité des données collectées
- Comprendre comment construire un rapport sur-mesure
- Savoir partager des données

Le + : de la pratique

- Les thèmes présentés seront illustrés de nombreux cas concrets et des exercices.
- Venez avec votre ordinateur et réalisez les exercices avec le formateur sur votre environnement de travail.

Informations pratiques

Formateur : Nicolas TAILLET
Durée : 2 jours – 14 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

5 et 6 décembre

JOUR 2

1. Alimenter des outils externes avec les données Adobe Analytics

- Data Warehouse
- Data Feeds

2. Enrichir mes rapports avec des données externes

- Classifications
- Data Sources
- Data Connectors

3. Configurer le compte Adobe Analytics

- Report suites
- Dimensions & métriques
- Best practices

4. Gérer les utilisateurs

- Ajouter un utilisateur
- Modifier des droits
- Définir des groupes d'utilisateurs

5. Évaluation des acquis de la journée

- Enrichir un rapport avec une classification
- Exporter un fichier depuis Data Warehouse
- Créer un nouvel utilisateur avec des droits restreints

2

2 jours – 1 980 € HT

PARAMÉTRER GOOGLE ANALYTICS & GOOGLE TAG MANAGER



Public

- Web analystes

Prérequis

- Avoir quelques notions de webanalyse
- Connaître un outil de webanalyse de manière opérationnelle

Objectifs

- Comprendre les données collectées sur mon site
- Vérifier la qualité des données collectées
- Comprendre comment construire un rapport sur-mesure
- Savoir partager des données

Informations pratiques

Formateur : Thibault COSTET

Durée : 2 jours – 14 h

Lieu : Paris 9ème

Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

28 et 29 novembre

JOUR 1

1. Introduction à la webanalyse

- Objectif de la webanalyse
- La collecte de données

2. Les bases de la collecte de données

- Javascript & cookies
- Composition d'un hit
- Types de hits

3. Le codes de tracking GA

- Introduction au code de tracking GA
- Architecture d'un compte (Compte vs Profil vs Vue)

4. Les différents tags GA

- Les évènements
- Les tags e-commerce
- Les dimensions et métriques personnalisées
- Les pages-vues virtuelles

5. Paramétrages de l'outil

- Comprendre les objectifs et l'entonnoir de conversion
- Introduction aux filtres et vues
- Moteur de recherche
- Introduction au cross-domain
- Mise en place du User-ID

6. Découvrir les fonctionnalités GA

- Comprendre les principaux rapports Analytics
- Les rapports e-Commerce
- Introduction aux segments
- Comprendre les rapports personnalisés
- Créer un rapport avec Google Studio

2 jours – 1 980 € HT



CONSTRUIRE UN PLAN D'ANIMATION RELATIONNEL



Public

- Web analystes

Prérequis

- Avoir quelques notions de webanalyse
- Connaître un outil de webanalyse de manière opérationnelle

Objectifs

- Comprendre les données collectées sur mon site
- Vérifier la qualité des données collectées
- Comprendre comment construire un rapport sur-mesure
- Savoir partager des données

Informations pratiques

Formateur : Thibault COSTET
Durée : 2 jours – 14 h
Lieu : Paris 9ème
Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

28 et 29 novembre

JOUR 2

1. Introduction à Google Tag Manger

- Utilité du gestionnaire de tag
- Comprendre les techniques de collecte des données avec GTM
- Le container
- Le dataLayer
- Création d'un plan de marquage
- Gestion des droits & utilisateurs

2. Paramétrer GTM

- Introduction à l'interface
- Les balises
- Les déclencheurs
- Les variables
- Exercices : Paramétrer Google Tag Manager pour GA

3. Débuggage de GTM & GA

- Gérer l'Assurance Qualité d'une implémentation
- La publication et prévisualisation des tags GTM
- Outils de débbugage
- Exercices : débbugger l'implémentation d'un site e-commerce

2

2 jours – 1 980 € HT

MARKETING



CONSTRUIRE UN PLAN D'ANIMATION RELATIONNEL



Public

- Responsable / chef de projet Marketing
- Responsable / chef de projet CRM
- Chargé de Communication

Prérequis

Accessible à tous

Objectifs

Intégrer les nouveaux enjeux du CRM / marketing relationnel à sa pratique opérationnelle

Acquérir la méthodologie de construction d'un plan d'animation relationnel multicanal

Informations pratiques

Formateur : Claire CUMBO
 Durée : 2 jours – 14 h
 Lieu : Paris 9ème
 Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

15 et 16 novembre



POURQUOI UN PLAN D'ANIMATION ?

- Les enjeux du plan et son périmètre
- Les notions clés (cycle de vie, segmentation, persona, trigger, lead, etc)

METHODOLOGIE DE DEFINITION DU PLAN D'ANIMATION

a) Les questions à se poser

- Bilan de l'existant
- Définir les objectifs du plan et les cibles stratégiques
- Les assets à disposition

b) Construction d'un plan d'animation

- Mapping des animations
- Typologies d'emails
- Axes de personnalisation et ciblage

ALLER PLUS LOIN DANS LE CYCLE DE VIE : INTEGRER LE PRM

1 Pourquoi intégrer le PRM ?

2. Identifier les freins / obstacles dans le parcours de transformation

exercice pratique : analyse d'un parcours de transfo.

3. Construire des plans test de recrutement et transformation

SUIVRE LES PERFORMANCES DU PROGRAMME

- Gérer la pression commerciale
- Définir les KPI des campagnes et du plan d'animation

EXERCICE FINALE : QUESTIONNAIRE DO'S AND DONT'S

2 jours – 1 980 € HT