



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

1

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

2

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

3

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

4

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