

Booster ses abonnements presse print et numérique

new

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Stratégie pour générer des leads

- Définitions d'un suspect, prospect et client
- Les 4 étapes du tunnel de conversion : acquisition, audience qualifiée, abonnés, fidélisation

Atelier : positionner chaque levier en fonction du parcours client

- L'essentiel des leviers digitaux

2. La data pour la génération de lead

- Maîtriser l'utilisation d'une base de données
- Point RGPD
- 1st, 2nd, 3rd party data

Atelier : exploiter la 1st party data pour générer des leads

- Activer des audiences et générer des leads : démo Salesforce

3. Les fondamentaux des contenus performants

- Appliquer les règles journalistiques pour des contenus performants

Atelier : optimiser des emails de génération de leads

- Les règles de l'attention

JOUR 2

4. Transformation prospect client : Le modèle de parcours client AIDA

- Étapes, leviers et contenus, exemples BtoB / BtoC
- Prolongement numérique des leviers de la conversion

Atelier : quels indicateurs clés de performance pour piloter ses actions ?

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 990 euros HT

INTERVENANT

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

5. Transformation prospect client : Paywall, tarifs et ergonomie

- Le paywall au service de la conversion
- Impact des politiques de tarifs, d'offres et des moyens de paiement
- Mise en valeur des boutons d'actions, AB testing de landing page, personnalisation et CRM

6. La fidélisation des abonnés et la scénarisation d'ensemble

- Les leviers traditionnels de la fidélisation
- Les différents types d'offres
- Les leviers digitaux de la fidélisation
- Illustrations des scénarisations
- Fondamentaux de Google Analytics

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour maîtriser les fondamentaux et les techniques du recrutement et de la fidélisation des abonnés print ou numériques

COMPÉTENCES VISÉES

- Mettre en place une stratégie multi-canal abonnement
- Utiliser les leviers digitaux pour augmenter le taux d'abonnement
- Évaluer le ROI des actions et ajuster ses investissements

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Toute personne impliquée dans l'élaboration d'une stratégie d'abonnement : éditeurs, responsables marketing ou diffusion, responsables abonnements

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

EN PLACE OU À DISTANCE



Photo par Ludovica Dri sur Unsplash

CH:2 Ventes et relation client, retail et e-commerce | EC14

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 01 43 12 15 28 - inscription@mediainstitute.eu