

Programme de la formation

Maîtriser Brevo : de la liste fragmentée à la stratégie de segmentation En groupe sur site 14 heures sur 2 jour(s) Salarié en poste, Indépendant et dirigeant · De 1 à 6 participants 1 900 € Net de taxe par participant**Description courte**

En 2 jours, transformez votre base en architecture dynamique et pilotez une stratégie omnicanale.

Vous utilisez Brevo, mais sans véritable stratégie. Vous cumulez les listes, vous utilisez peu la segmentation, et vos canaux (SMS, WhatsApp) restent inexploités. Résultat : une base confuse, une capacité de relance limitée, et l'incapacité à former votre équipe sur ces fondamentaux.

Cette formation casse ce schéma, en deux jours.

Jour 1, on diagnostique votre situation réelle, on pose les fondations théoriques (listes vs segments), on décortique vos 50 mails actuels et on co-construit une architecture de base claire : 5-8 listes stables + segments dynamiques pertinents. Vous repartez avec un plan de migration 90 jours.

Jour 2, vous mettez en place pour de vrai. Restructuration live, création et test de 3 segments, audit technique complet, feuille de route affinée. Et surtout, vous saurez comment transmettre ça à votre équipe.

À la fin, vous maîtrisez la distinction listes/segments, vous avez testé vos premiers workflows dynamiques, et vous disposez d'une feuille de route prête à exécuter.

Profil des participants

Responsables communication, chefs de projets communication, toute personne en charge de la communication de son organisation.

Prérequis

Disposer d'un compte Brevo, d'un ordinateur et d'une connexion internet.

Objectifs

- **Distinguer et argumenter l'usage stratégique** de listes statiques vs segments dynamiques dans une base de données consolidée
- **Concevoir une architecture de base documentée** (5-8 listes + segments pertinents) adaptée aux usages et au volume CAVEC
- **Créer et tester un segment dynamique en direct**, configurer une règle comportementale et valider son auto-alimentation

- **Auditer une configuration technique** (domaine, SPF/DKIM, adresses d'envoi, rendu Outlook) et identifier les points de vigilance post-formation
- **Produire et valider une feuille de route de migration** (3 phases sur 90 jours) avec jalons clairs, responsabilités et critères de succès
- **Transmettre aux pairs les fondamentaux** de listes/segments et justifier les décisions architecturales prises

Aptitudes et compétences visées / attestées

Compétences techniques

Structurer une base de données

- Consolider doublons et créer des listes de base stables (5-8 listes)
- Tagger et répartir les contacts selon une logique claire

Concevoir et gérer des segments dynamiques

- Distinguer listes statiques et segments dynamiques
- Créer une règle de segmentation (comportement, attribut, période)
- Tester un segment et vérifier son auto-alimentation

Auditer une configuration technique

- Vérifier domaine, SPF/DKIM, adresses d'envoi
- Identifier frictions de délivrabilité et rendu Outlook

Produire et tester un envoi

- Envoyer un mail de test à un segment ciblé et interpréter les résultats

Compétences stratégiques

Analyser un portefeuille de communications

- Lire 50 mails et identifier audiences réelles vs théoriques
- Extraire critères de segmentation pertinents

Concevoir une architecture de base

- Proposer et valider une structure listes + segments adaptée au contexte

Piloter une transformation 90 jours

- Produire feuille de route réaliste avec jalons, responsabilités, critères de succès

Contenu

1. Audit de base fragmentée (2h30)

Analyser l'état réel de la base et identifier les frictions.

- Croissance organique des listes, impacts opérationnels
- Audit du portefeuille existant : audiences réelles vs théoriques
- Identification doublons et chevauchements

2. Listes vs Segments (1h30)

Poser les concepts fondamentaux et les différencier.

- Listes statiques : publics stables, gestion manuelle
- Segments dynamiques : auto-alimentés, comportementaux
- Distinction stratégique : qui vous êtes vs ce que vous faites
- Omnicanal Brevo (mails, SMS, WhatsApp)
- Délivrabilité : repose sur domaine, pas sur structure

3. Analyse du portefeuille (1h)

Décoder communications existantes et en tirer des critères de segmentation.

- Lecture méthodique : objet, contenu, CTA, audiences réelles
- Extraction des patterns : types, audiences, fréquence
- Doublons et chevauchements

4. Conception architecture (1h30)

Proposer structure listes + segments documentée et validée.

- Listes de base : 5-8 stables, non-redondantes
- Segments dynamiques : pertinents métier, auto-alimentés
- Critères : faisabilité, volume, pertinence, maintenabilité
- Design : contact → liste de base → segments pertinents

5. Plan de migration (1h15)

Produire feuille de route 90 jours concrète et réaliste.

- Phase 1 (J0-J15) : consolidation, nettoyage doublons
- Phase 2 (J15-J45) : création segments, tests
- Phase 3 (J45-J90) : déploiement canaux, formation interne
- Pour chaque phase : tâches, responsabilités, durée, validation

6. Mise en place pratique (2h45)

Restructurer base et créer segments en live.

- Identification doublons, création listes de base, répartition contacts
- Configuration 3 segments (engagement, événement, réactivation)
- Envoi de test et vérification auto-alimentation

7. Audit technique (45 min)

Vérifier configuration et délivrabilité.

- Domaine, SPF/DKIM, adresses d'envoi

- Rendu Outlook et compatibilité
- Bounce rate, complaint rate, facteurs délivrabilité

8. Plan d'action et transmission (1h15)

Affiner roadmap et préparer formation des pairs.

- Intégration apprentissages J2 dans plan initial
- Structure message transmission : listes/segments, cas concrets, architecture, phases
- Supports à créer : slides, infographie, fiche impact

Pédagogie et organisation

- Support de présentation interactif
- Fiche mémo : Liste vs Segment
- Fiche mémo : Créer un segment pas à pas
- Fiche mémo : Critères de segmentation

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

- Questionnaire de positionnement en amont
- Quizz au cours de la formation
- Grille d'observation
- Evaluation sommative en fin de formation
- Evaluation à froid après la formation

Mode de validation

Attestation de fin de formation

Financements possibles

OPCO

Modalités et délai d'accès

Durée, Dates et horaires de la formation : 2 jours

Effectif (minimum et maximum) : 1 à 6

Lieu de la formation et accès: En visio ou dans les locaux de l'entreprise, à défaut dans un lieu préalablement défini

Plateforme visioconférence Elearning et accès : Zoom, création d'un lien pour la session.

Conditions d'accueil : Accès aux locaux de 9h à 18h30

Modalités d'inscription et délais d'accès : Minimum 10 jours en avance.

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : (*mise en place de compensation...*)

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Intervenant

- François-Xavier Priou, Master 2 management de la communication
- 10 ans d'expérience en marketing digital auprès de PME et grands comptes
- Construction et mise en place de stratégies de contenus
- Construction et mise en oeuvre de stratégies d'emailing