

Objectifs du programme



Augmenter le nombre de candidatures



Fidéliser les intervenants



Améliorer la notoriété du Master



Alimenter les partenariats avec les entreprises

KPI digitaux



Email marketing

- Ouverture
- Clic
- Efficacité CTA
- Désabonnement
- Taux de transformation
- ROI



Site web

- Visiteurs uniques
- Nouvelles sessions
- Taux de conversion
- Taux de transformation
- Pages vues par session
- Durée de session moyenne
- Canal d'acquisition



BDD

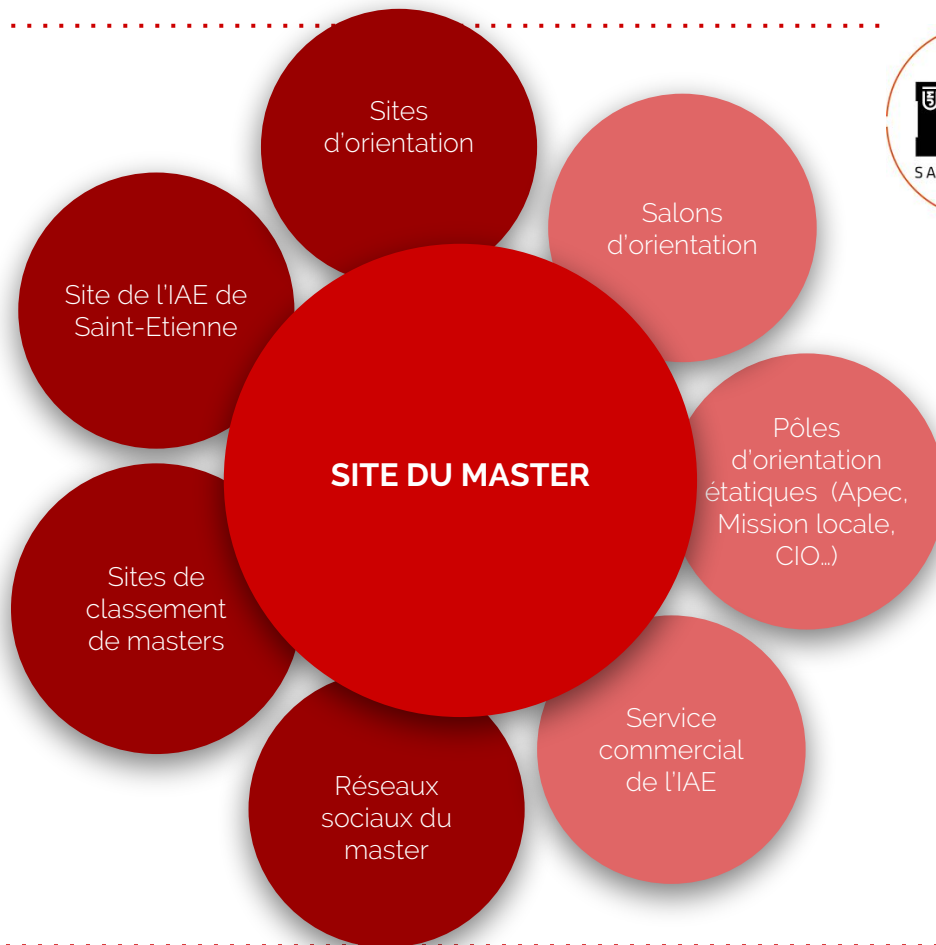
- Nouveaux contacts
- Contacts perdus
- Contacts inactifs
- Canal acquisition du contact



Réseaux sociaux

- Mentions
- Impressions
- Reach
- Visites sociales sur le site
- Taille de la communauté
- Progression de la communauté
- Interactions
- Leads issus du social media

Les points de contact



Moments clés de contact

Septembre

Rentrée des classes

Novembre

Vacances de la Toussaint

Décembre

Résultats des partiels S1

Vacances de Noël

Janvier - Février

Période des portes ouvertes

Février - Mai

Concours école de commerce / IAE

Février - Vacances d'hiver

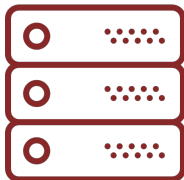
Avril - Vacances de Pâques

Juin

Validation du bac +3

Année de validation du Bac + 3 (Licence, bachelor...)

Stockage des données

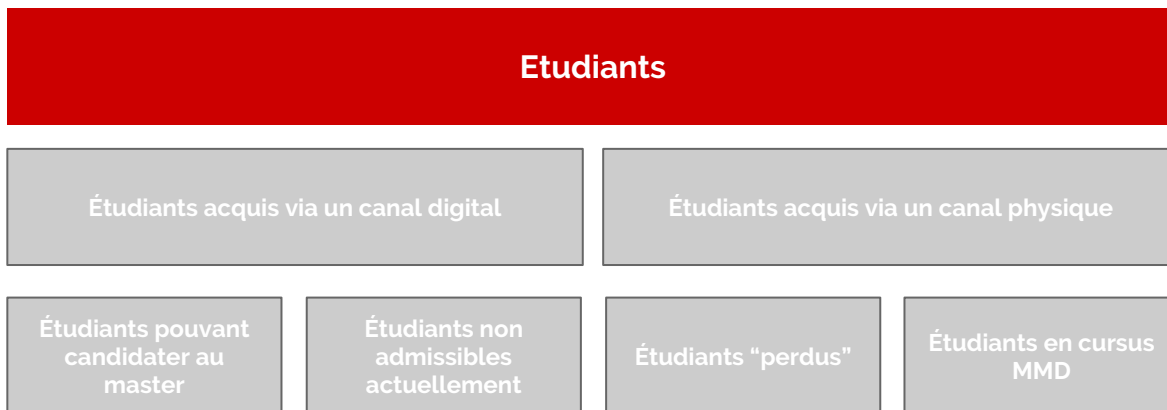


Serveurs externes chez un hébergeur professionnel

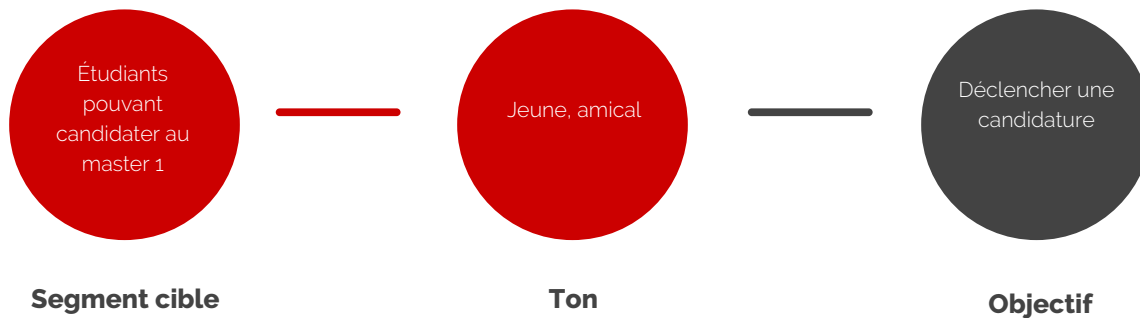


Respect des règles du RGPD

Segmentation des listes



Email marketing n°1 : rappel de la date butoir des candidatures





Expéditeur :
"L'équipe du Master MMD"

Objet :
"<Prénom>, ne rate pas la première session de candidature !"

Aperçu du mailing :
"Plus que 14 jours pour candidater au Master 1, as-tu pris ta décision ?"