



# METTRE LA BIG DATA AU SERVICE DU MARKETING

## Mettre les données au service de ses enjeux marketing

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19BIGDATA

Durée :  
2 jours - 14 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 1560 € HT

Repas inclus

Comment vendre plus ? En vendant mieux ! L'approche Big Data permet d'**ultra personnaliser** les relations avec le consommateur, de répondre au mieux à ses attentes et donc de rester **compétitif**. L'exploitation de la Big Data transforme la manière dont les entreprises comprennent et interagissent avec leurs clients.

Cette formation vous apprend à intégrer ces vastes volumes de données dans vos stratégies marketing pour des décisions plus pertinentes.

Pourquoi se former sur la Big Data au service du marketing ?

- Comprendre les principes fondamentaux de la Big Data et ses applications en marketing.
- Utiliser des techniques d'analyse avancées pour extraire des **insights précieux et personnalisés**.
- **Optimiser vos campagnes marketing** grâce à une compréhension plus fine des comportements et des préférences des clients.

Cette formation est essentielle pour les professionnels du marketing souhaitant exploiter la puissance de la Big Data.

### LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

À distance

03 et 04 déc. 2025

- **03/12/2025 09:00 --> 04/12/2025 17:30 à À distance**
  - 03/12/2025 09:00 --> 03/12/2025 17:30
  - 04/12/2025 09:00 --> 04/12/2025 17:30

### OBJECTIFS

- Relever les nouveaux challenges marketing liés au Big Data.
- Accompagner et maîtriser les changements liés à l'exploitation de ses données.
- Anticiper les services et les usages rendus possibles par le Big Data.

### EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

### POUR QUI ?

Responsables ou directeurs marketing, responsables webmarketing, responsables ou directeurs de la relation client, directeurs commerciaux et responsables de la relation client.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du marketing.



## COMPÉTENCES ACQUISES

Accompagner son entreprise dans les changements liés à l'exploitation des données.

## PROGRAMME

Pendant

Mettre la data au service du marketing

### Module distanciel

- E-quiz en amont/aval de la formation.

### Construire une stratégie marketing data-driven efficace

- Identifier les enjeux de la Big Data dans le marketing actuel
- Les tendances technologiques : IA générative, real-time marketing, automation...
- **Étude de cas** : analyser le potentiel business de l'exploitation des données pour convaincre en interne.
- Intégrer la Big Data dans sa stratégie marketing omnicanale : formuler son projet, définir ses besoins.
- Définir une architecture data marketing efficace : DMP vs CDP vs CRM.
- Mettre en place une organisation et un rapprochement des fonctions marketing, data et IT.
- **Étude de cas** : les outils à disposition du marketeur pour mener une analyse de données.
- S'appuyer sur une Data Management Platform (DMP) : enjeux, bénéfices et coûts.

### Collecter, structurer et sécuriser ses données

- Identifier et exploiter les différentes sources de données :
  - First-party data (CRM, site web, transactions, apps, IoT...);
  - Second et third-party data (partenaires, data brokers, open data) ;
  - Données comportementales et intentionnistes (géolocalisation, social listening, heatmaps...).
- Centraliser et enrichir ses données pour améliorer la connaissance client.
- Fusionner des données : modèles, processus de nettoyage, normalisation et enrichissement.
- Mettre en place les bons partenariats : sources, réseaux sociaux, brokers et agrégateurs, géolocalisation...
- Conformité et sécurité des données : sécuriser le partage de données avec les partenaires.
- Atelier : structurer ses données dans son datalake pour les retraiter et les analyser.
- RGPD, privacy-first et cookieless : quelles nouvelles stratégies adopter ?

### Exploiter la data et l'IA pour optimiser ses actions marketing

- Exploiter sa base clients : passer de l'analyse exploratoire à l'analyse prédictive.
- Saisir les enjeux du décisionnel (Business Intelligence) : analyse et reporting.
- S'appropriier les niveaux d'analyse en data mining & Machine Learning : segmentation avancée, scoring client, modèles prédictifs, augmenter sa base avec les look-alike...
- Automatiser et optimiser ses campagnes grâce à l'IA.
- Pilotage et optimisation des campagnes avec le real-time marketing.
- Unifier la data pour une interaction cohérente.

### Intégrer l'analyse de données par la performance

- Utiliser la data pour améliorer l'efficacité des campagnes marketing.
- Maîtriser la Data storytelling : transformer des données brutes en recommandations actionnables.
- Étude de cas : personnaliser la relation client en intégrant des données au CRM et E-CRM.
- Connecter des outils de recommandation à son site web et piloter par la performance.
- Optimiser ses décisions par A/B testing et les algorithmes Bandit.



## INTERVENANTS

Olivier LAGRANDEUR  
Data Inceptio

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

