

RGPD et Marketing : faire de la protection des données personnelles un atout



Règles sur la protection des données et bons réflexes dans ses relations marketing

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure de faire du RGPD et de la protection des données un avantage concurrentiel en améliorant votre relation client.

PROGRAMME

Comprendre les notions clés et connaître les acteurs de la protection des données

- Comprendre la notion de données personnelles.
- Le traitement de données personnelles appliqué aux actions marketing.

Connaître les grands principes du RGPD pour acquérir les bons réflexes

- Accountability / responsabilisation : les garanties de conformité à fournir.

Se mettre en conformité avec le RGPD

- **Atelier** : mettre en œuvre les grands principes du RGPD dans les relations clients / marketing.

Nouer une relation transparente : informer ses clients

- **Atelier** : savoir comment informer les personnes avec des mentions d'information, affichage, nouveaux modes d'information...

Renforcer sa prospection commerciale en obtenant un consentement éclairé

- **Atelier** : comment collecter le consentement ? Modalités de collecte opt-in et exemples de situations dans lesquelles un opt out est possible.

Optimiser sa stratégie de publicité en ligne à l'heure du RGPD

- Règles applicables à la publicité en ligne.

Profilage, cookies, CRM : exploiter les données client en accord avec le RGPD

- Achat et transmission de bases de données.

Se préparer au futur règlement ePrivacy

- Anticiper les implications de ce règlement sur les opérations marketing.

MODULES DISTANCIELS

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

Retrouvez le programme complet de cette formation sur ism.fr

INITIATION

Code : RGPD

🕒 1 jour - 7 heures

💰 Prix HT : 840 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux, contraintes et nouvelles opportunités du RGPD sur ses pratiques marketing, data et relation client.
- Choisir les bons leviers pour rassurer et fidéliser ses clients.
- Construire une stratégie adaptée, différenciante et à valeur ajoutée pour ses clients.

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables ou directeurs marketing, responsables ou directeurs de la relation client, responsables ou directeurs marketing digital, Chief Data Officers, responsables ou directeurs communication.

PLANNING

Paris

24 janvier 2019

18 mars 2019

3 juin 2019

10 juillet 2019

26 septembre 2019

28 novembre 2019

23 janvier 2020