



# LES FONDAMENTAUX DE LA RGPD

Faire de la protection des données personnelles un atout dans sa stratégie marketing

Le RGPD ne doit plus être envisagé comme une contrainte mais comme une opportunité marketing. Le RGPD, c'est une chance de nouer une relation privilégiée avec vos clients, basée sur la transparence et la confiance.

## FORMATIONS COURTES

### INITIATION

Ref. : C19RGPD

Durée :  
1 jour - 7 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 910 € HT

### OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux, contraintes et nouvelles opportunités du règlement européen sur la protection des données (RGPD) sur vos pratiques marketing, data et relation client.
- Choisir les bons leviers pour rassurer et fidéliser les clients.
- Construire une stratégie adaptée, différenciante et à valeur ajoutée pour vos clients.

### EVALUATION

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

### POUR QUI ?

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

### PRÉREQUIS

Aucun

### COMPÉTENCES ACQUISES

Faire du RGPD et de la protection des données un avantage concurrentiel en améliorant sa relation client.

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants  
E-quizz amont  
Présentiel  
E-quizz aval

### PROGRAMME

Pendant  
Les fondamentaux de la RGPD

#### Modules distanciels :

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



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

- Comprendre la notion de données personnelles : données personnelles vs données sensibles.
- Savoir ce qu'est un traitement de données personnelles : application aux actions marketing.
- Les différents acteurs : qui est le responsable de traitement ? Qui est le sous-traitant ?
- Les autorités de contrôle.

## **Connaître les grands principes du RGPD pour acquérir les bons réflexes**

- Simplification des formalités et des relations avec les autorités.
- Accountability / responsabilisation : les garanties de conformité à fournir.
- Transparence à l'égard des personnes concernées.
- Renforcement des droits des personnes : droit d'accès facilité, droit à l'oubli, droit à la portabilité des données...
- Décrypter les grandes innovations du RGPD pour les organisations qui traitent des données : DPO, consentement, Privacy by Design...

## **Se mettre en conformité avec le RGPD**

- Les risques en cas de non-conformité : image, business, juridique.
- Les grandes actions à mettre en œuvre.
- Les sanctions encourues en cas de non-conformité.
- Les recours possibles des personnes concernées.
- Atelier : mettre en œuvre les grands principes du RGPD dans les relations clients / marketing.

## **Nouer une relation transparente : informer ses clients**

- Prendre des dispositions pour renforcer l'information des personnes.
- Modalités de fourniture des informations : forme, contenu, moment...
- Atelier : savoir comment informer les personnes avec des mentions d'information, affichage, nouveaux modes d'information...

## **Renforcer sa prospection commerciale en obtenant un consentement valide**

- Règles applicables à la prospection commerciale BtoC.
- Règles applicables à la prospection commerciale BtoB.
- Renforcement du consentement et du droit d'opposition.
- Exceptions à l'opt-in : la prospection commerciale pour des produits ou services analogues.
- 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**

- Quels modes de publicité en ligne sont concernés ?
- Règles applicables à la publicité en ligne.
- Focus sur la publicité ciblée.

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

- Profilage et RGPD : règles applicables à la prise de décision automatisée.
- Focus sur les pratiques de Scoring.
- Constitution et gestion des bases de données clients (CRM), notamment constituées avant le 25 mai 2018.



- Achat et transmission de bases de données.
- Mesures à mettre en œuvre concernant le recours aux cookies.

## Se préparer au futur règlement ePrivacy en marketing

- Découvrir le règlement ePrivacy.
- Anticiper les implications de ce règlement sur les opérations marketing.

### INTERVENANTS

Consultant-formateur expert en data marketing.

### 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



### LIEUX ET DATES

À distance

14 juin 2024

Paris

26 sept. 2024