



INTÉGRER LE BIG DATA À SA STRATÉGIE MARKETING

Mettre les données au service de ses enjeux marketing

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.

FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19BIGDATA

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1530
€ HT
Particulier : 1660 € TTC

Repas inclus

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.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

PROGRAMME

Intégrer le Big Data à sa stratégie marketing

Module distanciel

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

Placer les données au cœur du processus marketing

- Étude de cas : analyser le potentiel business de l'exploitation des données pour convaincre en interne.
- Intégrer le Big Data dans sa stratégie marketing : formuler son projet, définir ses besoins.
- Mettre en place une organisation et un rapprochement des fonctions marketing et DSI.
- 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 et modéliser les données client

- Identifier et sécuriser les données « first party » issues de son SI.
- Sélectionner des données « third party » issues de data brokers ou de partenaires.
- Fusionner des données : modèles, processus de nettoyage, normalisation et enrichissement.
- Mettre en place les bons partenariats : sources, réseaux sociaux, brokers et agrégateurs, géolocalisation...



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF

Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28



- Sécuriser le partage d'identifiants avec ses partenaires.
- Atelier : structurer ses données dans son datalake pour les retraiter et les analyser.

Analyser ses données

- Saisir les enjeux du décisionnel (Business Intelligence) : analyse et reporting.
- Les mesures d'audience web (Web Analytics) :
 - comprendre et optimiser l'usage de son site web par ses visiteurs
 - améliorer la navigation et la performance d'un site,
 - mesurer la performance de ses actions marketing : attirer, retenir, transformer.
- S'appropriier les niveaux d'analyse en data mining : automatiser l'identification de personas, augmenter sa base avec les look-alike...
- Exploiter sa base clients : passer de l'analyse exploratoire à l'analyse prédictive.

Intégrer l'analyse de données par la performance

- Utiliser les données au service du category management.
- 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

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET 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.

LIEUX ET DATES

À distance

20 et 21 déc. 2022

Luxembourg

21 et 22 nov. 2022

Paris

10 et 11 oct. 2022

