



# PARCOURS CERTIFIANT BIG DATA/SMART DATA

## Mettre les données au service de ses enjeux

Dans un environnement digitalisé au parcours client multicanal, la maîtrise et l'exploitation des données sont désormais un enjeu clé pour toute société. Il est donc attendu des futurs marketeurs d'avoir la compétence d'analyser ces données en autonomie.

Grâce à la reconnaissance officielle de notre parcours certifiant Big Data/Smart Data, validez et valorisez vos nouvelles compétences professionnelles auprès de votre entreprise, sur votre profil LinkedIn ou tout simplement sur votre CV.

Sur les 2 dernières années : taux de réussite 100% et taux d'abandon 0%.

Suivre une formation certifiante sans passer la certification, c'est possible ! Contactez-nous au 01 85 53 47 56.

FORMATIONS LONGUES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : C19CERTDATA

Durée :  
10 jours - 70 heures

Tarif :  
Salarié - Entreprise : 7070  
€ HT  
Particulier : 5870 € TTC

Repas inclus

### OBJECTIFS

- Appréhender les nouveaux enjeux du Big Data.
- Accompagner son entreprise dans les changements liés à l'exploitation de ses données.
- Anticiper les services et les usages rendus possibles par le Big Data.
- Elaborer et déployer une stratégie marketing ciblée et innovante.

### EVALUATION

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

### POUR QUI ?

Responsables ou directeurs marketing, responsables de l'expérience client, responsables E-CRM.

### PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du marketing.

### COMPÉTENCES ACQUISES

Accompagner son entreprise dans les changements liés à l'exploitation des données et réussir dans sa fonction de Data manager.

### PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

### PROGRAMME

Mettre les données au service de ses enjeux (Module 1 - 2 jours)

#### Module distanciel :

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

#### Introduction

- Big Data, d'où viens-tu ?
- Le potentiel business et marketing de l'exploitation des données.

#### Placer les données au cœur du processus marketing

- Intégrer le Big Data dans sa stratégie marketing.
- Mettre en place une organisation et un rapprochement des fonctions marketing et DSI.
- Analyser : doit-on nécessairement se doter de data scientists ? Les outils à disposition du marketeur.





### **Collecter et modéliser les données client**

- Identifier et sécuriser les données « first party » issues de sa SI.
- Sélectionner des données « third party » issues de data brokers ou de partenaires.
- Fusionner des données.

### **Analyser les données**

- Introduction au décisionnel (Business Intelligence).
- Les mesures d'audience web (Web Analytics).

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

- Utiliser les données au service du category management.
- 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 par A/B testing et les algorithmes Bandit.

Communiquer plus efficacement en utilisant les données (Module 2 - 2 jours)

### **Comprendre les enjeux du data marketing**

- Pourquoi le data marketing est indispensable.
- Identifier les points forts et axes d'amélioration de son organisation.
- Concevoir un plan d'action « data ».

### **Élaborer une stratégie de data marketing**

- Penser en priorité : client et objectif.
- S'appropriier les grandes étapes de la construction d'une stratégie data marketing.
- Rédiger un cahier des charges stratégique.
- Définir un périmètre budgétaire cohérent.

### **Mettre en place sa démarche data marketing orientée client**

- Penser « smart data » et adopter les bonnes méthodes.
- Mettre en corrélation la stratégie et l'opérationnel.
- Adapter sa stratégie data marketing à son modèle économique.
- Organiser le pilotage de son projet data.

### **Optimiser l'efficacité de ses actions**

- Définir des KPIs pertinents.
- Analyser le ROI et concentrer son temps sur les actions les plus rentables.
- Anticiper pour devancer la concurrence.
- Pratiquer le marketing prédictif.

*Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.*

Data mining (Module 3 - 2 jours)

### **Les différents types de données**

- Du Big Data au smart data.
- Les données structurées et non structurées.
- Les données sollicitées et non sollicitées.
- Les données comportementales et leur interprétation.

### **Le sourcing ou l'art de la sélection**

- Comprendre son environnement data.
- Formaliser une road map de sélection.

### **Voir pour comprendre : la visualisation**

- Introduction à la data visualisation.
- Lier sa visualisation à des objectifs.
- Définir des automatisations à partir de la visualisation.

### **Établir des automatisations**

- Introduction aux méthodes de scoring.
- Fixer les seuils de data-marketing grâce au scoring.
- Définir les variables de paramètres en marketing automation : introduction au modèle « SEED ».
- Enrichir ses SI avec l'automatisation des processus d'automatisation.
- Introduction à l'autoapprentissage marketing : le machine learning.

### **Agir sur ses données**

- De la B.I à l'application du smart data.
- L'action par la contextualisation.
- Corriger ses actions en temps réel.
- Atteindre la différenciation par la bonne action.
- Définir ses workflows de manière simple.



*Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.*

Gérer et exploiter ses données (Module 4 - 2 jours)

### **Sélectionner les données**

- Identifier les sources : donnée comportementale, générée, BtoB et BtoC.
- Bâtir un plan d'action « data » : identifier « les data values » et faire un diagnostic.
- S'appropriier les environnements digitaux de l'organisation (réseaux sociaux, points d'entrée...) : que récupérer et à quoi cela sert-il ?

### **Maîtriser les technologies d'interprétation des données**

- Utiliser une Data Management Platform (DMP).
- Sécuriser ses données.

### **Élaborer des modèles prédictifs**

- Établir des scénarios interprétables (Workflow).
- Ajuster ses modèles en analysant les comportements.

*Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.*

Datavisualisation (Module 5 - 1 jour)

### **Comprendre les enjeux de la data visualisation**

- La nécessité de faire le tri et de faire ressortir les informations clés.

### **Faire le point sur les données utiles**

- Mettre en œuvre le recueil, l'analyse, le tri efficace des données.
- Déterminer les données et messages clés.

### **Élaborer la représentation graphique**

- S'appropriier les différents types de visualisation des données.
- Connaître les outils associés.
- Choisir la représentation la plus pertinente en fonction du message à délivrer.

### **Mettre en œuvre des seuils déclencheurs**

- Lier sa data visualisation aux actions internes et externes.
- Déterminer efficacement un KPI actionnable.

*Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.*

Préparation à la Certification professionnelle Data manager (1 jour)

### **DATA MANAGER**

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel ISM Data manager attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury de professionnel 4 mois après la fin du parcours.
- Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF.

## **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 :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation. Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail. 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

Paris

08 sept. au 15 déc. 2022



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](mailto:serviceclient@ism.fr)  
Siret 712 010 362 000 28