

Comment mieux exploiter ses datas digitales

Modalité : Sur-mesure
Niveau : Tout niveau

Présentation

La Data digitale prend de plus en plus d'importance dans le pilotage de l'activité marketing des entreprises, au fur et à mesure que la technologie leur offre des moyens toujours plus efficaces de l'interpréter et de la rendre opérationnelle.

Pour autant, en face de l'avalanche de données et des nombreuses propositions d'accompagnement qu'elles reçoivent, les entreprises ne savent pas toujours par où commencer.

Cette formation a pour objectif de présenter les différentes données qui s'offrent aux entreprises, les outils qui permettent de les exploiter, et les méthodes qui permettent d'organiser et de prioriser les actions.

Objectifs

- Identifier les Datas disponibles pour l'entreprise et leur utilisation pour quels objectifs.
- Connaître les outils d'hébergement et d'exploitation des datas digitales, ainsi que les principes de la statistique, de la Data-science et du Big-Data.
- Prendre conscience de la mutation du marketing intuitif vers le business-driven marketing.

Compétences acquises

Web-analytics, optimisation des emailings, tracking quanti, analyse sémantique, data-science, base de données & datalake, AB-test, CRO, business-model, KPIs, tableau de bord.

Pré-requis & Profil des participants

Il est souhaitable d'avoir dotions en marketing, CRM, digital et e-commerce.

Cette formation s'adresse aux responsables Marketing, CRM, digital, e-commerce, et d'une manière générale, à toute personne souhaitant enrichir ses compétences en data et souhaitant comprendre les interactions avec les parties-prenantes de cette activité.

Télécharger en pdf

Programme

MODULE 1 : Data-driven Marketing dans quels contextes

- Datas digitales et Marketing relationnel

MODULE 2 : Datas digitales à la disposition de l'entreprise

- Données personnalisées, données anonymes, autres types de données
- Quelles données pour quels usages ?
- Importance de disposer de données diversifiées et complètes

MODULE 3 : Les techniques d'exploitation des datas

- Web-analyse & optimisation du site internet
- Bilan de campagne & optimisation des emailings
- « Voix du client » en direct - tracking quantitatif
- « Voix du client » en direct - analyse sémantique
- Service client et chat
- Web-listening
- Tracking media et RS & optimisation du PRM
- Open-data & enrichissement de la qualification
- Data-mining, Data-science et IA
- Big-data

MODULE 4 : Quels outils pour héberger et exploiter les datas digitales ?

- Base de donnée, DMP et data-lake
- Data quality management
- Respect de la vie privée - RGPD

MODULE 5 : Piloter le business par la data

- Initier : le business-model
- Initier : choix de la cible et stratégie d'influence
- Initier : segmenter, typer pour identifier les meilleurs clients
- Process data-driven pour améliorer l'UX et la personnalisation

- Améliorer : définir, suivre et analyser les KPIs
- Tableaux de bord et data-visualisation pour partager la Data