

Data & Analytics

7900,00 €HT

9480,00 €TTC

*Obtenez -15% sur le total de votre commande
à partir du 2ème participant*

Durée: 11 jours (77 heures)

Prochaine promotion : 04 janv-07 juin 2021

Modalité : Présentiel

Niveau : Avancé

Code CPF : 290151

Formation certifiante

Ce certificat est en partenariat avec l'ESCP
Business School



Présentation

Le Certificat Data & Analytics fournit aux participants une appréhension de la complexité des enjeux data et une démarche structurée de mise en oeuvre. Il leur permet également de mieux cadrer les risques projets en amont, en phase de réalisation et en aval.

[Voir la formation dans votre compte CPF](#)

Objectifs

- Obtenir une vision claire de l'évolution de la data marketing dans l'entreprise et des nouveaux enjeux liés à la révolution digitale
- Maîtriser des fondamentaux techniques permettant de dialoguer tant avec leurs directions des systèmes d'information qu'avec les prestataires externes
- Obtenir des outils méthodologiques de mise en oeuvre (collecte, analyse, activation) et de pilotage pour juger de la performance d'un dispositif data
- Obtenir des clés pour piloter les projets data de façon efficace, de la phase de diagnostic, de gestion de projet et de déploiement en interne de l'organisation

Compétences acquises

- Avoir en interne des collaborateurs à même d'appréhender la complexité des enjeux data.
- Bénéficier d'une démarche plus structurée de mise en oeuvre.
- Mieux cadrer les risques projets en amont (diagnostic), en phase de réalisation (cadrage projet) et en aval (déploiement).

Pré-requis & Profil des participants

Ce certificat demande d'avoir des connaissances des grands fondamentaux de chaque levier du digital ; sans être un expert, vous devez idéalement avoir été confronté à titre opérationnel aux divers sujets liés au digital et à la data.

Un questionnaire d'évaluation sera soumis aux participants pour évaluer leur connaissance et pouvoir leur garantir d'avoir le niveau suffisant pour suivre ce cursus.

Il s'adresse à toute personne, collaborateur, dirigeant, cadre en reconversion :

- Souhaitant avoir une vision complète des sujets clés de la data et de l'analytics dans l'entreprise.
- Amenée à prendre en charge la responsabilité de pilotage de projets à composante data au sein d'une organisation.
- Souhaitant mieux suivre la performance de ses dispositifs digitaux et mieux piloter ses prestataires par la mesure.

Profil des participants :

- Tous les marketeurs (stratégiques et opérationnels) en charge du digital ou ayant l'absolu nécessité de maîtriser les enjeux de l'analytics : CDO, Trafic manager, media manager, social manager, etc.
- Chargés de compte en agences média ou communication

Programme

Module 1 : Comprendre les grands enjeux de la Data & Analytics

Jour 1 :

L'heure de la data : Enjeux et fondamentaux - Hervé Druetz - ESCP Europe

- Data drivent marketing... enjeux marketing, technologiques et sociétaux.
- Analyse du cas Walmart
- Vision 360 de la data
- Les cinq révolutions data au sein de l'entreprise - Du CRM à la DMP
- Créativité data et smart data

Point sur le RGPD - Maître Haas - Cabinet Haas & associés

Jour 2 :

Maîtriser l'environnement data 360° - Raphaël Fétique - Convertéo

- Classification et typologie des data.
- Les outils au sein d'une architecture data marketing (datalake, DMP, etc.)
- Point sur les principaux sujets clés en 2018 : personnalisation, DMP, etc.
- Cas d'usage et retours d'expérience

Atelier data - Raphaël Fétique - Convertéo

- Atelier de mise en situation sur projet data
- Quizz collectif de fin de journée

Module 2 : Améliorer les performances de son site

Jour 3 :

Bien suivre les performances de son site - David Lelièvre - Right Metrix

- Site, applications mobile... Objectifs, parcours clients, etc.
- Analyseur d'audience : paramétrages et bonnes pratiques

Focus UX Management - Invité Kameleoon

Jour 4 :

De la collecte à l'analyse des données web - David Lelièvre - Right Metrix

- Datalayer, TMS, API, etc.
- Les outils de Business Intelligence

Coordination pédagogique - Hervé Druez - ESCP Europe

Module 3 : Data & analytics au cœur des investissements media

Jour 5 :

Programmation : data de ciblage, scénarii et analyse de performances - Emmanuel Poncet - Zebestof

- Les étapes pour mettre en place un campagne (ciblage, outils...)
- Atelier : mettre en place un scénario, comprendre les bilans de campagne

Data-science, IA et algorithmes au service de l'emailing - Bruno Florence - SNCD

- Monitorer les performances des campagnes d'emailing avec des indicateurs avancés
- Anticiper les comportements grâce aux solutions et modèles prédictifs

Jour 6 :

De l'audit SEARCH aux techniques d'optimisation - David Lelièvre - Right Metrix

- Mettre en place un pilotage efficace de sa stratégie SEO-SEA
- Quelles optimisations avancées

Arbitrage des investissements média - David Lelièvre - Right Metrix

- Mise en place et tests de scénarii
- Modèles d'attribution

Module 4 : Data & analytics dans les stratégies sociales et content

Jour 7 :

Audit de présence sur les médias sociaux - David Lelièvre - Right Metrix

- Mesures clés et KPIs sur les médias sociaux
- Mesure de veille et d'e-réputation, verticales sur les médias sociaux et retour
- Aligner les KPIs et mettre en place un reporting consolidé

Brand content analytics - Cyril Dehnin - Question de contenu

- Piloter la performance de vos contenus

Jour 8 :

Invitation DATA LAB - Marc Attalah - MAZARS France

L'heure de l'intelligence artificielle et des data science... où en est-on ?

- Quelles applications concrètes
- Comment piloter un projet data science
- Etude de cas

Module 5 : Stratégie et organisation data dans l'entreprise

Jour 9 :

Enjeux organisationnels des entreprises liés à la transformation numérique - Laure Gaillard - Acadys

- Concepts et technologies de la data, fondamentaux du dialogue métiers / DSI
- Evolution des sources de données : des enjeux organisationnels au-delà des frontières de l'entreprise
- Gouvernance de la data
- Organisation numérique : évolution des valeurs et cultures des équipes Marketing et Digitales

Compétences data... les trouver, les former... - Isabelle Rouhan - Colibri Talent

- Cartographie des nouveaux métiers du digital et compétences data
- Recruter, former, faire évoluer : quels enjeux RH sur un marché en manque de compétences

Jour 10 :

Synthèse de séminaire

- Cas de synthèse.
- Intervention Grand Témoin

Atelier Data Game

Module 6 : Soutenances

Jour 11 :

En fonction du nombre de participants, les soutenances de projets se tiennent sur une ou deux journées.

Planning de la prochaine promotion

Date de début	Date de fin	Adresse
04 jan 2021	04 jan 2021	ESCP Europe Campus Paris 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
01 fév 2021	02 fév 2021	ESCP Europe Campus Paris 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
01 mar 2021	02 mar 2021	CCM Benchmark Group 94 rue de provence 75009 Paris
05 avr 2021	06 avr 2021	ESCP Europe Campus Paris 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris
03 mai 2021	04 mai 2021	ESCP Europe Campus Paris 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris

Date de début	Date de fin	Adresse
07 juin 2021	07 juin 2021	ESCP Europe Campus Paris 3 Rue Armand Moisant 75015 Paris