

Data marketing : enjeux, perspectives et business cases concrets

Boostez votre business grâce à une stratégie Data marketing

890,00 €HT

1068,00 €TTC

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

Durée: 10 heures

Modalité : Distanciel

Niveau : Intermediaire

Présentation

Les spécialistes du marketing constatent un développement exponentiel des informations émanant du marché, des clients, des concurrents. Cette formation déploie toutes les méthodes et outils pour collecter et analyser ces données rapidement en vue d'améliorer les performances de l'entreprise, par la mise en place d'un projet marketing et la construction et l'exploitation d'une DMP : Data Marketing Platform.

Objectifs

- Comprendre les enjeux d'une approche data dans le marketing
- Comprendre les conséquences d'une approche data marketing sur l'entreprise
- Concevoir une stratégie marketing data driven
- Concevoir et mettre en œuvre une DMP (Data Marketing Platform) en lien avec son secteur d'activité
- Découvrir les outils de pilotage de la data marketing pour exploiter une DMP

Compétences acquises

- Maîtriser les enjeux de la révolution digitale
- Comprendre les conséquences d'une approche data marketing sur l'entreprise
- Mettre en place une projet data marketing
- Exploiter une DMP
- Maîtriser l'utilisation des outils de pilotage du data marketing
- Comprendre les perspectives offertes par la blockchain et l'IA appliqués au data marketing

Pré-requis & Profil des participants

Il est recommandé d'avoir une bonne maîtrise d'Excel et une première connaissance d'un outil d'analytics web ou mobile et savoir gérer un plan média.

Cette formation s'adresse à des responsables marketing, responsables Web, chefs de projet marketing digital, chief data officer, chief digital officer, chief mobile officer, data analyst, data officer.

Programme

1. Comprendre les enjeux de la révolution digitale

- Identifier les principaux acteurs d'internet et l'impact des nouvelles technologies :
 - Rappel historique
 - Les fondamentaux du fonctionnement d'internet
- Comprendre les enjeux macro-économiques du nouvel écosystème C

2. Comprendre les conséquences d'une approche data marketing sur l'entreprise

- Le data marketing :
 - Définition du data marketing
 - Les différences entre le data marketing, le marketing digital et le marketing traditionnel
 - Pourquoi ces évolutions ?
- Présentation d'une infrastructure cible d'une entreprise data driven
Le système d'information : Coeur de la collecte de donnée et nécessité d'une approche transverse de la donnée pour permettre l'analyse de donnée
- Le contexte réglementaire des datas en Europe pour les entreprises : le RGPD

3. Construire un projet Data Marketing et une DMP

- Définition du Big Data , data marketing et caractéristiques d'une stratégie data oriented
 - Atteindre la personnalisation de masse et la compréhension des attentes
 - Se démarquer de la concurrence
 - Faire adhérer le client à travers un ensemble d'interactions
- Construire un projet data marketing
 - Définir la stratégie data
 - Identifier les données et leurs sources = le datasourcing
 - Analyser les données, les classer, les nettoyer, les enrichir pour en faire un stock de données de qualité
 - Créer une base de données clients unique dans l'entreprise
 - Utiliser cette base de données unique comme outil de pilotage
 - Mettre en place une politique multicanal

4. Exploiter une DMP, Data Marketing plateforme

- Caractéristiques d'une DMP
- Méthodologie d'exploitation des données : définition des KPI
- Modéliser et agir sur les données clients :
 - Détermination des cibles marketing avec la méthode d'Alexander Osterwalder

- Segmenter les clients avec une approche analytique par scoring
- Intégrer l'analyse des données pour la performance du business :
 - Analyse exploratoire
 - Analyse prédictive

5. Maîtriser et savoir utiliser les outils de pilotage de la data marketing pour exploiter une DMP

- Les fondamentaux d'Excel et révision sur l'utilisation du tableau croisé dynamique sous Excel
- Les fondamentaux de la Business Intelligence appliquée au data marketing : l'entreprise du futur
- Méthodologie d'utilisation d'un logiciel de Business Intelligence – application avec Tableau Software
- Exercice sur les manipulations fondamentales sous Tableau Software
 - Importation des données collectées
 - Connexions multi-sources
 - Premières analyses, calculs et cartographie
 - Premier tableau de bord
 - Premier storytelling data

6. Conclusions et Appréhender les technologies blockchain et l'Intelligence artificielle

Cas de synthèse : Business Case data marketing : réaliser un tableau de bord en BI sur un dataset d'une DMP donnée.