

PROGRAMME

JOUR 1

Introduction

1. Introduction à la data

- Les concepts clés de la data
- Quiz** : Vocabulaire data et programmation
- Les enjeux marché (publishers, advertisers)
- Les acteurs et usages de la data

2. Les outils et technologies de la data

- Les concepts-clés
- Les métiers
- La collecte de données
- CRM Onboarding et data lake
- Enjeu de la création d'une DMP interne
- Atelier** : démonstration d'une DMP
- Les étapes-clés d'un projet data

JOUR 2

3. Data & media

- Comment valoriser ses data ?
- Explorer et identifier ses opportunités
- Zoom sur le métier de media trader
- Atelier** : piloter ses campagnes programmatisées
- Zoom sur le programme TV
- Atelier** : élaborer et vendre un projet data
- Coup d'oeil sur l'avenir des médias

4. ROI, Brand Safety & Privacy

- Les KPI et le ROI de la data
- Brand safety, RGPD et ePrivacy

JOUR 3

5. Data & CRM / PRM

- Atelier** : customer journey
- Typologie des données structurées et non structurées du CRM et du PRM
- Zoom sur les données mobile et social
- Atelier** : les outils du social listening
- Data mining et machine learning
- Une organisation interne à repenser ?

6. Optimiser l'utilisation de la data pour un projet CRM

- Définir son objectif (UX, vente, fidélisation, up sell, cross sell) et sa cible
- Les canaux d'activation data
- Data et automation marketing
- Atelier** : feuille de route data et CRM

Conclusion et évaluation

DESCRIPTION

Une formation de trois jours pour identifier les opportunités, les limites et l'utilisation des data dans le cadre d'une stratégie de marque (paid / CRM)

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser le vocabulaire et les concepts clés du traitement des données omnicanal
- Identifier les étapes et outils des professionnels de la data (data scientist, media trader...)
- Valoriser la data dans une stratégie média digitale et PRM/CRM

PUBLIC

Toute personne concernée par l'usage de la data et du programme pour ses stratégies média et CRM

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 690 euros HT, éligible au CPF

INTERVENANTS

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital
Olliver MONFERRAN, Consultant Expert Data et Média
Garnes JEAN JACQUES, Programmatic Expert
Tristan TOULEMONDE, Consultant Digital

DATES

Pour connaître les prochaines dates de cette formation, rendez-vous sur :

www.media-institute.com

