

Formation Piloter un projet data (marketing/media)

PROGRAMME

Introduction et tour de table

1. La pertinence de la data pour toutes les entreprises

- La culture client centric
- Du big data à la smart data
- Les ressources nécessaires au lancement d'un projet data
- Best practices : des modèles performants construits autour de la data

2. Les champs d'application

- Conception produit et R&D
- Marketing, PRM et CRM
- Communication et ciblage
- Vente et après-vente
- La réconciliation du parcours client

3. Data et marketing

- Data catching : où récolter la data utile à votre marque ?
- Les acteurs de la data
- Data mining : donner du sens à vos données
- Data tour : meilleurs applications data et marketing

4. Atelier : les étapes pour lancer un projet data

Conclusion et échanges

DESCRIPTION

Une journée de formation pour comprendre l'enjeu de la data pour la stratégie marketing d'une entreprise

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux liés à la data
- Comprendre son utilité dans une optique marketing/communication
- Identifier des applications concrètes pour une entreprise

PUBLIC

Toute personne impliquée dans un projet de mise en place d'une stratégie data

NEW

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1140 euros HT

INTERVENANTS

Mathieu FERRAGUT, Directeur de clientèle - Neo@Ogilvy
Olivier MONFERRAN, Global Consumer Insights manager, AXA
Nathalie HARDING, Responsable Marketing EMEA, Sirdata

DATES

7 novembre 2018

