

WEB MARKETING

Exploiter sa base de données marketing

2 jours (14h00) | MAR0013 | Num form : form-220 | Initiation / Fondamentaux

MULTIMÉDIA / MARKETING / WEB MARKETING

À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Optimiser la gestion et le pilotage de sa base de données.
- Utiliser les différents types de segmentation, scoring et traitements datamining.

Niveau requis :

- Aucun.

Public concerné :

- Responsable marketing, marketing direct, marketing client, marketing relationnel, marketing digital.
- Gestionnaire de bases de données.

Programme :

INTEGRER LA DATA DANS LE MARKETING CLIENT

- Marketing transactionnel vs marketing relationnel.
- Les leviers de performance.
- Les chantiers clés d'exploitation de la donnée client.
- Les fondamentaux du big data.

MAITRISER LES INGREDIENTS

- Les architectures de données.
- De l'outil CRM à l'outil CRM 360.
- Enjeux et apports du RCU (référentiel client unique).
- Comment entrer dans un processus smart data.
- Les typologies de données.

EXPLOITER EFFICACEMENT SA BASE DE DONNEES

- Le nettoyage du data set.
- Dédoublonnage et déduplication.
- Les apports des différentes logiques de segmentation et de scoring.
- Les fondations du datamining.
- Les clés d'enrichissement de la base de données.

CAPITALISER SUR LA DATA POUR DEVELOPPER LA VALEUR CLIENT

- Lifetime value, acquisition, animation et engagement.
- Exploitation de la donnée au sein du parcours client.
- Les différents types de triggers.
- Les nouveaux ressorts de personnalisation.
- La mesure et le pilotage de la performance des campagnes.