

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Digital Analytics

Objectif de la formation

CCM Benchmark Institut et ESCP Europe ont partagé leur savoir-faire respectif pour élaborer un programme de formation dont l'objectif est de :

- Comprendre les enjeux clés de la data et de l'analytics sur le digital
- Avoir des méthodes structurées de pilotage par l'analytics
- Avoir des méthodes et outils pour mieux structurer la collecte de la data en ligne
- Avoir des méthodes d'analyse nouvelles dont je comprends mieux les bénéfices et les limites
- Mieux optimiser ses investissements grâce à une meilleure compréhension des indicateurs clés
- Etre mieux armé pour accompagner son entreprise dans le chantier de la transformation data analytics

A qui s'adresse cette formation ? / Prérequis

Tous les marketeurs (stratégiques et opérationnels) en charge du digital et ayant l'absolue nécessité de maîtriser les enjeux de l'analytics : CDO, trafic manager, media manager, social manager etc... Les directions concernées : digital, communication, marketing.

Progression pédagogique :

1. LES GRANDS ENJEUX DU DATA ANALYTICS : REMETTRE LE CLIENT AU CENTRE DU RAISONNEMENT ANALYTICS

Journée 1 pilotée par Sandrine Macé et Hervé Druez - Coordinateurs pédagogiques

- Les grands enjeux du digital analytics
- Parcours clients et analytics. Des KPIs stratégiques aux dimensions d'analyse.
- KPI de pilotage de la performance du parcours client

Journée 2 pilotée par David Lelièvre - Consultant Right Metrix

- Collecte et analyse data : La Boite à outils : API, TMS, data intelligence, etc. - David Lelievre
- Les algorithmes à l'heure de l'Intelligence Artificielle - Intervention Artefact .
- Atelier de mise pratique sur les notions du 1er module

2. CRM & Site : exploiter vos données pour atteindre vos objectifs marketing

Journée 1 pilotée par David Lelièvre

- Site...Objectifs, parcours clients, etc.
- Analyseur d'audience : paramétrages et bonnes pratiques
- Atelier d'audit d'un site via les données de webanalytics
- Session de coordination pédagogique avec travail sur les projets des participants

Journée 2 pilotée par David Lelièvre

- Mobile analytics, les spécificités
- UX Analytics, améliorer vos parcours client
- Atelier AB Testing

3. MEDIA ANALYTICS : AMELIORER VOS PERFORMANCES MEDIAS GRACE AUX DATA

Journée 1 pilotée par Jean-Pascal Thys - Directeur Formation Search Foresight

- SEO, data et analytics : nouveaux enjeux, nouveaux défis
- Audit SEO et méthode d'analyse des données
- Bien piloter vos investissements SEA..quels défis ?

Journée 2 pilotée par Hervé Druetz - Consultant kerops

- Les enjeux du média analytics
- Mesure d'exécution et mesure de délivrabilité
- Display programmatique data et analytics...ciblage, reporting, optimisation, bilan
- Attribution, contribution et modèles multitouch
- Les nouvelles mesures média (TV tracking, etc.)

4.SOCIAL & BRAND CONTENT ANALYTICS : MESURE MEDIA SOCIAUX ET PERFORMANCE DES CONTENUS SUR LE DIGITAL

Journée 1 pilotée par Narek Gharibyan - Social analyst chez Linkfluence

- La mesure sur les média sociaux - nouveaux enjeux
- De la mesure verticale à la mesure d'e-réputation
- Atelier audit de votre présence sur les médias sociaux

Journée 2 pilotée par Cyril Dehin - Fondateur de l'agence conseil « Question de contenu »

- Brand content analytics...piloter la performance de vos contenus
- Atelier en groupe

5. STRATEGIE DATA ET ORGANISATION : DU BIG DATA AU SMART DATA : QUELLE STRATEGIE DATA POUR L'ENTREPRISE

Journée 1 pilotée par Yannick Meiller - Spécialiste Information et management des organisations

- Aborder la mise en oeuvre de la révolution data analytics dans votre entreprise
- DMP d'entreprise et retour d'expérience
- Réconciliation multicanale à l'heure de l'IoT et du commerce connectée

Journée 2 pilotée par Sandrine Macé et Hervé Druetz - Coordinateurs pédagogiques

- Data et juridique - Intervention de Maître Haas
- Grand Atelier Data marketing challenge - Remise en perspective de l'ensemble du cursus au travers d'un cas pratique.

La formation sera animée par Marc Atallah, Cyril Dhenin, Hervé Druetz, Narek Gharibyan, Gérard Haas, Julien Hénault, David Lelièvre, Sandrine Macé, Yannick Meiller, Jean-Pascal Thys

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.