



CERTIFICAT DATA & ANALYTICS

Gérer les enjeux data dans l'entreprise
à l'heure de la transformation digitale

#certificatDA

Formation certifiante éligible au CPF - 11 jours répartis sur 6 mois

À QUI S'ADRESSE CE CERTIFICAT ?

Profil des participants :

- Tous les marketeurs (stratégiques et opérationnels) en charge du digital ou ayant l'absolu nécessité de maîtriser les enjeux de l'analytics : CDO, Trafic manager, media manager, social manager, etc.
- Chargés de compte en agences média ou communication

Toute personne, collaborateur, dirigeant, cadre en reconversion :

- Souhaitant avoir une vision complète des sujets clés de la data et de l'analytics dans l'entreprise.
- Amenée à prendre en charge la responsabilité de pilotage de projets à composante data au sein d'une organisation.
- Souhaitant mieux suivre la performance de ses dispositifs digitaux et mieux piloter ses prestataires par la mesure.

LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Au terme de la formation, les participants auront acquis les compétences suivantes :

- Une vision claire de l'évolution de la data marketing dans l'entreprise et des nouveaux enjeux liés à la révolution digitale.
- Une maîtrise des fondamentaux techniques permettant de dialoguer tant avec leurs directions des systèmes d'information qu'avec les prestataires externes.
- Des outils méthodologiques de mise en œuvre (collecte, analyse, activation) et de pilotage pour juger de la performance d'un dispositif data.
- Des clés pour piloter les projets data de façon efficace, de la phase de diagnostic, de gestion de projet et de déploiement en interne de l'organisation.

PROGRAMME

MODULE 1 : COMPRENDRE LES GRANDS ENJEUX DATA & ANALYTICS

JOURNEE 1

- L'heure de la data : Enjeux et fondamentaux – *Hervé Druetz – ESCP Europe*
 - Data driven marketing... enjeux marketing, technologiques et sociétaux
 - Analyse du cas Walmart
 - Vision 360 de la data
 - Les cinq révolutions data au sein de l'entreprise – Du CRM à la DMP
 - Créativité data et smart data
- Point sur le RGPD – *Maître Haas – Cabinet Haas & associés*

JOURNEE 2

- Maîtriser l'environnement data 360° – *Raphaël Fétique – Convertéo*
 - Classification et typologie des data
 - Les outils au sein d'une architecture data marketing (datalake, DMP, etc.)
 - Point sur les principaux sujets clés en 2018 : personnalisation, DMP, etc.
 - Cas d'usage et retours d'expérience
- Atelier data – *Raphaël Fétique – Convertéo*
 - Atelier de mise en situation sur projet data
 - Quizz collectif de fin de journée

MODULE 2 : AMELIORER LES PERFORMANCES DE SON SITE

JOURNEE 3

- Bien suivre les performances de son site – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Site, applications mobile... Objectifs, parcours clients, etc.
 - Analyseur d'audience : paramétrages et bonnes pratiques
- Focus UX Management – *Invité Kameleoon*

JOURNEE 4

- De la collecte à l'analyse des données web – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Datalayer, TMS, API, etc.
 - Les outils de Business Intelligence
- Coordination pédagogique – *Hervé Druetz – ESCP Europe*

MODULE 3 : DATA & ANALYTICS AU COEUR DES INVESTISSEMENTS MEDIA

JOURNEE 5

- Programmatique : data de ciblage, scenarii et analyse de performances – *Emmanuel Poncet – Zebestof*
 - Les étapes pour mettre en place un campagne (ciblage, outils...)
 - Atelier : mettre en place un scénario, comprendre les bilans de campagne
- Data-science, IA et algorithme au service de l'emailing – *Bruno Florence – SNCD*
 - Monitorer les performances des campagnes d'emailing avec des indicateurs avancés
 - Anticiper les comportements grâce aux solutions et modèles prédictifs

JOURNEE 6

- De l'audit SEARCH aux techniques d'optimisation – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Mettre en place un pilotage efficace de sa stratégie SEO-SEA
 - Quelles optimisations avancées
- Arbitrage des investissements média – *David Lelièvre – Right Metrix*

- Mise en place et tests de scenarii
- Modèles d'attribution

MODULE 4 : DATA & ANALYTICS DANS LES STRATEGIES SOCIALES ET CONTENT

JOURNEE 7

- Audit de présence sur les média sociaux – *David Lelièvre – Right Metrix*
 - Mesures clés et KPIs sur les médias sociaux
 - Mesure de veille et d'e-réputation, verticales sur les média sociaux et retour
 - Aligner les KPIs et mettre en place un reporting consolidé
- Brand content analytics – *Cyril Dehnin – Question de contenu*
 - Piloter la performance de vos contenus

JOURNEE 8

- Invitation DATA LAB – *Marc Attalah – MAZARS France*
- L'heure de l'intelligence artificielle et des data science... où en est-on ?
 - Quelles applications concrètes
 - Comment piloter un projet data science
 - Etude de cas

MODULE 5 : STRATEGIE ET ORGANISATION DATA DANS L'ENTREPRISE

JOURNEE 9

- Enjeux organisationnels des entreprises liés à la transformation numérique – *Laure Gaillard – Acadys*
 - Concepts et technologies de la data, fondamentaux du dialogue métiers / DSI
 - Evolution des sources de données : des enjeux organisationnels au-delà des frontières de l'entreprise
 - Gouvernance de la data
 - Organisation numérique : évolution des valeurs et cultures des équipes Marketing et Digitales
- Compétences data... les trouver, les former... *Isabelle Rouhan – Colibri Talent*
 - Cartographie des nouveaux métiers du digital et compétences data
 - Recruter, former, faire évoluer : quels enjeux RH sur un marché en manque de compétences

JOURNEE 10

- Synthèse de séminaire
 - Cas de synthèse
 - Intervention Grand Témoin
- Atelier Data Game

MODULE 6 : SOUTENANCES

JOURNEE 10-11 *En fonction du nombre de participants, les soutenances de projets se tiennent sur une ou deux journées.*

PLANNING DU CERTIFICAT

Certificat Data & Analytics - Promo 3					
	Jour	Matin 9h-12h30	Après-midi 14h-17h30		Lieu
Module 1 - Comprendre les grands enjeux	1	Hervé Druetz	Maître Haas		ESCP Europe
	2	Raphaël Fétique	Raphaël Fétique		ESCP Europe
Module 2 - CRM & Site : Exploiter vos données pour atteindre vos objectifs marketing	3	David Lelièvre	David Lelièvre		ESCP Europe
	4	David Lelièvre	Invité	Coordination pédagogique	ESCP Europe
Module 3 - Media : Améliorer vos performances médias grâce aux datas	5	Emmanuel Poncet	Bruno Florence		CCM Benchmark Institut
	6	David Lelièvre	David Lelièvre		CCM Benchmark Institut
Module 4 - Social analytics : Ecouter la voix de vos clients et améliorer la présence de votre marque sur les médias sociaux	7	Hervé Druetz	Hervé Druetz	Coordination pédagogique	ESCP Europe
	8	Cyril Dhenin	Marc Attalah		Data Lab de Mazars France Tour Maars 61 Rue Henri Regnault 92400 Courbevoie
Module 5 - Du big data au smart data : quelle stratégie data pour l'entreprise	9	Laure Gaillard	Laure Gaillard	Coordination pédagogique	ESCP Europe
	10	Isabelle Rouhan	Hervé Druetz		ESCP Europe
Présentation de votre projet	11	Soutenances			ESCP Europe
	11 bis				ESCP Europe