Formation Big Data et stratégie marketing, usages et mise en oeuvre

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92 | TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07 | E-MAIL : inscription@hubformation.com

La production et l'analyse des données est aujourd'hui au centre des décisions stratégiques des entreprises. Ce stage vous permettra de comprendre les apports du Big Data, notamment pour analyser la consommation et le parcours client sur les différents canaux avec les techniques de segmentation et de scoring.

Référence	BAD
Durée	2 jours (14h)
Tarif	1 570 €HT
Repas	repas inclus

Objectifs

| Identifier l'apport du Big Data pour les directions métiers
| Cerner l'importance de traiter les données structurées et non structurées
| Identifier les cas d'usage clés
| Acquérir les méthodes de cadrage et de mise en place de la stratégie de gouvernance du Big Data

Public

| Responsables webmarketing, responsables digitaux, dirigeants et managers de business unit et/ou de PME, directeurs commerciaux et responsables de la relation client.

Prérequis

| Aucun

Programme de la formation

Comprendre les origines et les enjeux du Big Data
| Origines du Big Data : croissance et diversité des données.
| Définition du Big Data.
| Création de valeur pour l'entreprise.
| Pourquoi la BI ne répond pas aux enjeux du Big Data ?
| Réflexion collective autour de la "valeur" du Big Data et des différences entre BI et Big Data.

Traiter les données et les analyser
| Gérer les données structurées avec une plateforme dédiée.
| Gérer les données non structurées avec une plateforme Big Data interne ou externe.
| Les méthodes d'analyse des données pour le Big Data : le Datamining.
| Les méthodes de description.
| Les méthodes de classification.
| Les méthodes d'estimation.
| Les méthodes de prévision.
| La méthode de régression linéaire.

Identifier les cas d'usage liés au Big Data
| L'importance de la Data Visualisation, de l'Infographie et de l'Ergo Design.
| Mesurer l'e-réputation et la notoriété d'une marque.
| Mesurer l'expérience et la satisfaction client, optimiser le parcours client.
| Construire la segmentation client selon la valeur, le potentiel, le comportement et les besoins.
| Mesurer le ROI des influenceurs et l'efficacité des programmes Social Business.
| Identifier l'apport de valeur ajoutée des différents canaux digitaux.

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)
du 10 au 11 juillet 2025
du 20 au 21 octobre 2025

PARIS
du 3 au 4 juillet 2025
du 13 au 14 octobre 2025

VOIR TOUTES LES DATES

| Optimiser le ROI des campagnes marketing.

Cadrer la stratégie Big Data
| Les facteurs clés du succès d'un projet Big Data.
| Les principaux risques à évaluer.
| Diagnostiquer la maturité dans l'entreprise et le changement potentiel.
| Définir les objectifs métiers et les usages cibles liés au Big Data.
| Piloter la stratégie et mettre en place une organisation adaptée.
| Construire un plan de veille technologique.
| Maîtriser l'écosystème technique, mobiliser et maintenir les compétences.

Méthode pédagogique

| Création de visualisations dynamiques avec des outils reconnus du marché.
| Etude de cas concrets liés aux usages du domaine Web marketing et digital
| Lecture et réflexions autour d'analyses générées via le logiciel R.
| Etude d'exemples de cas d'usage. Constitution d'analyses autour de la e-réputation et de la connaissance client.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

| Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
| Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.