

MARKETING PREDICTIF À L'HEURE DE L'ACQUISITION DES DONNÉES PERSONNELLES

● DURÉE : 4 HEURES ●

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Public
Salarié, chef d'entreprise, association
envisageant la mise en place de
dispositifs de marketing prédictif

Prérequis
Aucun

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Anticiper les besoins du consommateur 4.0
- Renforcer la relation client
- Améliorer le parcours d'achat de vos clients
- Créer des tunnels de vente plus efficaces

CONTENU (PROGRESSION PEDAGOGIQUE)

- L'enjeu du « Big Data » pour les entreprises et les marques
- Collecte, organisation et gestion de la data
- Vers une stratégie « data driven »
- Prédications marketing

ORGANISATION

Moyens pédagogiques et techniques

- Formation à distance
- La formation alternera état des lieux chiffrés, veille technologique et comportementale
- Elle sera illustrée par un benchmark de bonnes pratiques et de mises en application
- Documents supports de formation projetés
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution et d'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Formulaire d'évaluation de la formation

