

Bloc de compétences W6.3 - Accompagner, améliorer et optimiser la relation client digitalisée (130 heures)

MKGW612	Data Driven marketing : le Parcours Client		
Semestre	6	Nombre heures	20

Compétences à acquérir

Exploiter et animer les bases de données digitales (data marketing) afin de construire et améliorer le parcours Client (Data Driven Marketing)

Analyser les bases de données digitales pour mesurer les audiences et trafics sur les différents médias

Analyser et suivre les résultats des actions de marketing afin de mettre en place des actions correctives

Résumé du cours

Le Data Drive Marketing permet d'adapter l'offre de services/produits, la communication de l'entreprise aux besoins, attentes, comportements du client en se basant sur les données digitales collectées, structurées, exploitées.

Formule PEDAGOGIQUE & EVALUATION

Déroulement (cf. maquette pédagogique)

Présentiel				
	FFP	TE	TI	Evaluation
Volume horaire		14	2	cc

Foad				
	Classe Virtuelle	Coaching asynchrone	Coaching synchrone	Distanciel (autonomie)
Volume horaire	4			

PLAN DETAILLE

Le Data Driven Marketing en question :

- Data Driven Marketing : de quoi parle-t-on ?
- Le Data Driven Marketing : une approche Customer Centric
- Les bénéfices du data Driven Marketing :
 - Créer de la valeur et de l'engagement chez le client
 - Proposer au client une expérience utilisateur plus fluide, plus cohérente
 - Créer une relation personnalisée (« je suis mieux compris »)
- Passer du mix marketing au Data Driven Marketing (du mailing de masse au marketing personnalisé)

Mettre en place une stratégie DDM

- Définir ses objectifs
- Identifier les sources de données :
 - Sites Web,
 - ERP,
 - CRM,
 - Réseaux sociaux,
 - Service client,
 - etc
- Structurer et unifier ses données
- Exploiter les données issues du parcours client (segmentation)
- Mettre en place des actions tirées des données
 - Création et automatisation des campagnes marketing
 - Campagnes d'accueil
 - Campagnes fidélité
 - Campagne des contacts inactifs
 - Campagne paniers abandonnées
 - ..
 - Génération de contenus et schémas de personnalisation
 - ...

Piloter son projet

- Objectifs et indicateurs de réussite
- Mesurer la réussite du projet
- Mettre en place de nouvelles actions Data Driven Marketing

BIBLIOGRAPHIE – SITOGRAPHIE

Data–Driven Marketing: The 15 Metrics Everyone in Marketing Should Know, M. jeffrey – 2010, Editions Kellog School of Management

Data Driven Marketing, Nelly Botezatu – 2018, Editions Arcler Education Inc.

MyLearningBox