

Optimiser votre Base de Données Marketing

Lien : https://maroc-performance.com/formation/optimiser-votre-base-de-donnees-marketing

DURÉE
3 jours (21h)

RÉFÉRENCE
MC33

CATÉGORIE
Marketing Stratégique

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- S’approprier les concepts socles des stratégies data et big data
- Optimiser la gestion et le pilotage de la valeur client
- Capitaliser sur la data clients pour développer la performance marketing-ventes

POUR QUI ?

- Responsable marketing, directeur commercial en charge du marketing
- Responsable marketing direct, marketing client et marketing relationnel
- Gestionnaire de bases de données



Programme détaillé

1 / Choix et phases préparatoires d’une base de données marketing (BDDM)

- Définition d’une BDDM
- Intérêt des bases de données pour le marketing de l’offre
- Les différents types de BDDM
- Importance des bases de données en marketing relationnel
- Datawarehouse et datamining : caractéristiques, fonctions et type d’exploitation
- Base de données et CRM : liens et utilité
- Les spécificités de la Base de données en BtoB et en BtoC : contenu, variables, exploitation

2 / L'entreprise et marketing data-driven

- Faire de la donnée un accélérateur de la performance marketing-ventes
- Conditions de succès du marketing data-driven
- Leviers du marketing data-driven
- First, second et third party datas

3 / Transformation de la donnée en carburant de la performance marketing

- Les axes de travail du marketing centré client
- Optimisation de la gestion du cycle de vie client
- L'écosystème et l'architecture Base de Données Marketing
- CRM, CDP, CMP : les briques piliers du marketing data-driven
- Les enjeux et les apports du RCU (référentiel client unique)

Maroc Performance

4 / Utilisation de la base de données marketing

- Cartographie des données marketing-ventes
- Intégrer la donnée dans les étapes piliers du processus marketing
- Maintenir et enrichir la Base de Données
- Sourcer les données
- Faire de la RGPD un socle de confiance incontournable

5 / Capitaliser sur la data pour développer la valeur client

- La segmentation, pilier du process marketing
- Les axes de segmentation principaux : PMG, RFM, datamining
- La donnée au service de la lead generation et de la Life Time Value
- Automatiser les interactions à travers les bons triggers
- Les nouveaux ressorts de personnalisation
- La mesure et le pilotage de la performance grâce à la BDDM

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Maroc Performance

Prochaines dates programmées

03 au 05 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
31 Mars au 02 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
26 au 28 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
21 au 23 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
22 au 24 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance