

Marketing prédictif à l'heure de l'acquisition des données personnelles

Durée : 4 heures

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Public

- Tout agent en charge des missions de marketing/communication ou relation client au sein de sa collectivité, souhaitant mettre en place des dispositifs de marketing prédictif au sein de sa collectivité

Prérequis

- Aucun

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

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

CONTENU (PROGRESSION PEDAGOGIQUE)

- L'enjeu du 'big data' au sein de la collectivité
- Le client 4.0
- Collecte, organisation et gestion de la data dans le pilotage des actions et projets de la collectivité
- Vers une stratégie 'data driven'

ORGANISATION

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle virtuelle dédiée à la formation
- La formation alternera états des lieux chiffrés, veille technologique et comportementale
- Elle sera illustrée par un benchmark de bonnes pratiques et de mises en applications
- 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 de d'évaluation des résultats de la formation

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

