Marketing digital et opérationnel

# Data marketing : exploiter ses données marketing

2 jours (14h00) | 4,6/5 | MKT-C19DATAMK | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 620 € ht



*Document mis à jour le 13/11/2026*

## Objectifs de formation

- Comprendre les enjeux et la portée du data marketing.
- Élaborer et déployer une stratégie marketing ciblée et innovante.
- Optimiser en permanence son dispositif pour maximiser son ROI.

## Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

## Prérequis

Maîtriser les fondamentaux du marketing ou avoir suivi la formation sur **"Les fondamentaux du marketing digital"**.

## Public concerné

Responsables marketing, responsables expérience client, responsables E-CRM, responsables relation client.

## Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

# Programme

## Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation

## Comprendre les enjeux du data marketing

- Appréhender l'environnement du data marketing : contexte, évolution, tendances.
- Identifier les différents types et sources de données dans son entreprise.
- Prendre en compte le contexte réglementaire : RGPD / e-privacy.
- Comprendre les différences et évolution du data first, data second, data third.
- Comprendre l'écosystème Data et l'organisation Data dans les entreprises

## Élaborer une stratégie de data marketing

- Définir ses objectifs.
- Identifier ses sources de données.
- Garantir la qualité des données.
- Centraliser et structurer ses données.
- Exploiter efficacement ses données.
- S'approprier les grandes étapes de la construction d'une stratégie data marketing.
- Prendre en compte et identifier les facteurs risques en interne et en externe.

## Mettre en place sa démarche data marketing orientée client

- Optimiser le funnel marketing grâce à la data.
- **Atelier pratique** : Identifier votre cœur de cible.
- **Atelier pratique** : Convertir les Intentionnistes.
- Construire sa stratégie de data marketing.
- Adapter sa stratégie data marketing à son modèle économique.
- **Atelier pratique** : Optimiser les campagnes de cross sell / up sell.
- **Atelier pratique** : Identifier et activer vos ambassadeurs.

## Les enjeux d'un monde sans cookies

- Identifier les différentes stratégies à mettre en œuvre avant la fin des cookies tiers.

## Optimiser votre parcours client

- Définir des KPIs pertinents.
- Identifier les irritants et les points d'enchantement.
- Collecter et activer les données à chaque étape du parcours.
- Analyser le ROI et concentrer son temps sur les actions les plus rentables.

## Plan d'action personnel

- **Atelier pratique** : Transposer la démarche data marketing dans son entreprise.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

## Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis :

Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud :

À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid :

À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

## Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

## Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.