



# CYCLE CERTIFIANT

## Stratégie relationnelle & Data management

La stratégie relationnelle est plus que jamais clé dans le succès des entreprises. Il est aujourd'hui primordial de connaître ses clients, leurs fonctionnements, leurs attentes et leurs comportements afin de pouvoir adresser les bons messages, aux bonnes personnes, au bon moment et sur le bon canal de communication.

La data est au centre de toutes les discussions, mais comment la recueillir ? Qu'en faire ? Comment la lire ou la monétiser ?

Domptez la donnée et apprenez à y mettre de l'intelligence pour mieux servir les enjeux de votre entreprise avec notre *Cycle Certifiant en Stratégie relationnelle & Data management* qui inclut la certification Google Analytics.

Le format Cycle Certifiant est conçu pour ceux qui souhaitent mettre en perspective rapidement la théorie et la pratique. Chaque thématique est animée par des professionnels, tous des experts dans leurs domaines, sous la direction d'Alexandra Fromm, Directrice générale chez ThinkBand. Le programme de ce Cycle Certifiant se déroule sur 8 vendredis et 7 samedis, répartis sur 3 mois, soit environ 130 heures de formation.

### OBJECTIFS

- Maîtriser les méthodologies propres au CRM
- Développer sa créativité et sa réflexion marketing
- Mettre en place une équipe CRM : les différents métiers
- Savoir choisir les bons prestataires
- Comprendre un business model
- Se préparer à la certification Google Analytics

### CERTIFICATION GOOGLE ANALYTICS

Le cursus proposé ici vous permet d'intégrer les concepts-clé liés la certification Google Analytics et vous prépare au passage de l'examen.

Remarque : le planning des cours comprend à la fois la préparation à la certification mais aussi l'examen en lui-même.

### À QUI S'ADRESSE CE CYCLE ?

Aux professionnels du marketing et de la communication et à tous ceux qui désirent développer leur maîtrise du e-marketing et de la communication digitale.

### PRÉ-REQUIS

Aucun pré-requis n'est demandé pour débiter notre *Cycle Certifiant en Stratégie relationnelle & Data management*.

### FORMATEURS

**ALEXANDRA FROMM**  
Directrice  
Directrice générale  
@ThinkBand, Paris

**HÉLÈNE GOMBAUD-SAINTONGE**  
Vice Présidente  
@BECT Digital

**MIKE BETTAN**  
Head of Media  
Technology and  
Innovation  
@55, Paris

**FLORENT ADAM**  
Head of Digital  
Marketing  
@MediaGo.Genève

**NICOLAS XAVIER PRUD'HOMME**  
Directeur Conseil  
@FullSIX (Havas  
Group), Paris

**LAURENT BIDOIA**  
Directeur général  
@Affordance

**JOCELYN BONHOMME**  
Customer  
Experience &  
Digital Marketing  
Strategist  
@Wide, Genève

**ALEXANDRE DAMIEN**  
Directeur Général  
@ACCOPIlot

# MODALITÉS

### LIEU & HORAIRES

**Lieu** CREA Genève  
BAT43L, 43 route des Acacias  
1227 Genève-Acacias

**Horaires** Vendredi et samedi de 9h00 à 17h30

### DURÉE

15 jours de formation répartis sur 3 mois, du **5 avril au 22 juin 2019**.  
120 heures de formation et 20 heures de travail de dossier.

### DATES DES COURS\*

**Avri 2019**: ven 5, ven 12 et sam 13

**Mai 2019**: ven 3, sam 4, ven 10, sam 11, ven 17, sam 18, ven 24 et sam 25

**Juin 2019**: ven 14, sam 15, ven 21 et sam 22

\* dates sous réserve de modifications

### TARIF

CHF 3'800.- + Frais de dossier de CHF 100.-

### POUR VOUS INSCRIRE OU NOUS CONTACTER

Pour vous inscrire au *Cycle Certifiant Stratégie relationnelle & Data management*, il vous suffit de vous rendre sur **WWW.CREAGENEVE.COM**

Vous pouvez nous **contacter par mail** à l'adresse suivante : **info@creageneve.com** ou **par téléphone au +41 22 338 15 80**.



# PROGRAMME\*

## JOUR 1 – VEN 05.04.2019

### INTRODUCTION

- Introduction au CRM, terminologies et notions-clé
- Présentation des différents métiers
- Évolutions et transformations du marché
- Usage des data : le marketing cognitif
- Logique de construction d'une stratégie relationnelle

## JOURS 2 & 3 – VEN 12.04 & SAM 13.04.2019

### UX RESEARCH

- Sprint design : concevoir une solution
- Définir une problématique et choisir ces cibles
- Les méthodologies d'investigation
- Construire un guide d'entretien
- Collecter la data
- Trier, analyser et consolider ses données
- Construire des personae et des parcours utilisateurs

## JOUR 4 – VEN 03.05.2019

### LA MISSION RELATIONNELLE

- Définir la mission relationnelle d'une marque
- Définir sa promesse
- Décryptage de cas

## JOUR 5 – SAM 04.05.2019

### BUSINESS MODELING

- Logique de construction d'un business model
- Préparation du business plan
- Défense du modèle prévisionnel

## JOURS 6 & 7 – VEN 10.05 & SAM 11.05.2019

### DATA & MEDIA

- Usage de la data à des fins d'optimisation d'investissement media
- Stratégies de conquête d'audience et de marché
- Programmatique
- Conversion on-line
- Optimisation
- Automatisation

## JOURS 8 & 9 – VEN 17.05 & SAM 18.05.2019

### DATAMINING

- Les métiers de la data
- Modèles de segmentation
- Définition des enjeux par cible
- Score de potentiel et score de risque
- Le cadre juridique

## JOUR 10 – VEN 24.05.2019

### PLAN DE CONTACT

- Parcours et scénarisation
- Construction d'un plan d'animation différencié
- Confrontation et optimisation d'une recommandation (UX et data)
- Etudes de plan de contact

## JOUR 11 – SAM 25.05.2019

### SOCIAL CRM

- Comprendre le rôle des réseaux sociaux dans une stratégie CRM
- Cerner les opportunités et les limites du social media

## JOURS 12 & 13 – VEN 14.06 & SAM 15.06.2019

### PRÉPARATION À LA CERTIFICATION GOOGLE ANALYTICS

- Cerner les planifications et les principes majeurs
- Intégration et collecte de données
- Savoir configurer et gérer l'administration
- Qu'est-ce que la conversion et l'attribution ?
- Mise en place des rapports, statistiques et dimensions

## JOURS 14 & 15 – VEN 21.06 & SAM 22.06.2019

### WORKSHOP – STRATÉGIE RELATIONNELLE

- Briefing sur un cas concret de stratégie relationnelle
- Restitution sous forme de présentation orale

\* Programme et dates sous réserve de modifications

À la fin du Cycle Certifiant, le participant devra réaliser pour obtenir son certificat **une stratégie relationnelle**. Il disposera **d'un mois** pour cela.

Ce travail sera évalué et commenté par **des experts du secteur**.