



Le Big Data

Les bases et les enjeux

 **14 heures**
2 jours

 **Lieu de formation**
Dans votre entreprise.
Au centre de formation.

Pour qui ?

- ▶ Responsable webmarketing et communication digitale, dirigeant, cadre commercial.

Prérequis

- ▶ Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Objectifs

- ▶ Comprendre les enjeux et les principes clés du Big Data.
- ▶ Se familiariser avec les applications spécifiques du Big Data.
- ▶ Identifier les compétences pour mieux contribuer aux projets Big Data.

Enjeux

- ▶ Acquérir les fondamentaux.

Points forts de la formation

- ▶ Tous les aspects du Big Data liés aux clients sont envisagés : marketing et communication digital, commercial et relation clients.
- ▶ Une pédagogie interactive permet d'être au cœur des problématiques du Big Data.
- ▶ De nombreux exemples afin d'illustrer tous les enjeux du Big Data.

Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

Le lieu de formation : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

Le contenu : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

Tarif : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

Délais : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

Handicap : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous :  contact@possibility.fr

 www.possibility.fr

Réf : FMK-05-0

**Découvrez le programme
de formation générique** 



Programme

1^{ère} étape : Comprendre le Big Data

- ▶ Principes et enjeux du Big Data.
- ▶ Les 3V du Big Data : volume, vitesse et variété
- ▶ Exemples d'applications pour l'entreprise

2^{ème} étape : Passer la donnée-client au Big Data

- ▶ La base de données clients : typologie et modèles.
- ▶ Le Big Data : l'avènement des données non-structurées.
- ▶ De l'analyse reporting à l'analyse prédictive.
- ▶ L'optimisation de la connaissance-client et des flux de données.

3^{ème} étape : Se familiariser avec les applications du Big Data

- ▶ **Communication digitale :**
 - surveiller et analyser les conversations en ligne ;
 - gérer l'e-réputation ;
 - construire et développer la notoriété et la visibilité de l'entreprise.
- ▶ **Marketing digital :**
 - surveiller et optimiser les performances des sites ;
 - personnaliser la relation online ;
 - offrir le bon produit ou service au bon moment au bon public.
- ▶ **Commercial :**
 - adapter et personnaliser l'offre ;
 - proposer des actions commerciales instantanées ;
 - surveiller sa concurrence et s'adapter rapidement.
- ▶ **Satisfaction client :**
 - croiser en temps réel le comportement et la satisfaction des clients.

4^{ème} étape : Contribuer aux projets Big Data

- ▶ Expressions et recueil des besoins.
- ▶ Expertises internes et externes.
- ▶ Cerner les approches méthodologiques et la constitution d'équipes.