PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · MARKETING DIGITAL

À distance, en classe virtuelle

Construire une démarche data-driven en marketing

Réf MM-PROG-MKG-1-016-14H · v1.0 · Novembre 2026

14h	2 jours	4	1 190 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Structuration de la collecte et de l'exploitation des données marketing pour le pilotage et la décision.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Identifier les données marketing pertinentes à collecter
2. Cartographier les sources (web, CRM, ads, social, offline) et organiser leur centralisation
3. Construire des tableaux de bord marketing actionnables
4. Mettre en place une démarche d'analyse et de prise de décision data-driven
5. Respecter le cadre RGPD dans la collecte et l'exploitation des données

POUR QUI

Dirigeants, responsables marketing et data souhaitant prendre des décisions marketing data-driven. Intermédiaire en marketing, débutant en data analyse et en data marketing.

AVANT DE COMMENCER

Connaissance du marketing digital, à l'aise avec les chiffres et les tableurs

Poste de travail avec accès à internet, accès à Google Analytics ou équivalent

Disposer de données marketing à analyser pendant la formation data marketing

APERÇU DU PARCOURS

MODULE 1

Cadrage data marketing

De la donnée à la décision : framework data-driven

MODULES 2 ET 3

Collecte et centralisation de la data · Analyse et tableaux de bord en data marketing

Tracking web (GA4, plan de marquage, tagging) · Construction d'un tableau de bord avec Looker Studio ou équivalent

MODULE 4

Gouvernance et plan d'action de la data marketing

RGPD, consentement et gouvernance data

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports
- Études de cas
- Ateliers
- Exercices d'analyse

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 3H

Cadrage data marketing

De la donnée à la décision : framework data-driven · Cartographie des données utiles (web, CRM, ads, offline) · KPI clés et secondaires

MODULE 2 · 4H

Collecte et centralisation de la data

Tracking web (GA4, plan de marquage, tagging) · Connecteurs et APIs entre outils · Notions de plateforme de données clients (CDP)

MODULE 3 · 4H

Analyse et tableaux de bord en data marketing

Construction d'un tableau de bord avec Looker Studio ou équivalent · Visualisation efficace et storytelling data · Lecture, interprétation et alertes

MODULE 4 · 3H

Gouvernance et plan d'action de la data marketing

RGPD, consentement et gouvernance data · Animation d'une démarche data-driven en équipe · Plan d'action et restitution finale

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial en data marketing

Fin de formation

Projet final de tableau de bord marketing · Livrable : tableau de bord marketing data-driven aligné sur les objectifs business

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

1 190 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44