

## Gérer les enjeux data dans l'entreprise à l'heure de la transformation digitale (Digital Analytics)

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

- Transverse :
- **Management**
  - **Marketing**
  - **Data**
  - **transformation digitale**

Code(s) NAF : —

Code(s) NSF : **320**, **310**

Code(s) ROME : **M1302**, **M1705**

Formacode : —

Date de création de la certification : **02/10/2017**

Mots clés : **Transformation digitale**, **Big data**,  
**management**, **MARKETING DIGITAL**

### Identification

Identifiant : **3718**

Version du : **09/01/2019**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

- **N/A**

Non formalisé :

- [Présentation de la formation site ESCP](#)

### Descriptif

#### Objectifs de l'habilitation/certification

Dans un contexte global de transformation digitale majeure des entreprises, marquée par le rôle central de la data, l'objectif de la certification est de doter les responsables en entreprises, en particulier les directions marketing, mais également les managers métiers appelés à gérer la mutation digitale, de compétences destinées à leur permettre de comprendre les nouvelles opportunités offertes par la data, de poser un diagnostic sur l'usage de la data dans leur organisation, de suivre la performance d'un dispositif de présence sur le digital, et de mieux gérer la complexité des projets data sur les plans fonctionnel, juridique, technique qu'humain et organisationnel

#### Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP

- Néant

#### Descriptif général des compétences constituant la certification

S'approprier les usages de la data dans le marketing, découvrir les nouvelles opportunités offertes par la data avec le digital ; capacité à poser un diagnostic data et à détecter des opportunités de création de valeur ajoutée client à partir de l'information marketing collectée sur le parcours client (data creativity) ; être capable de piloter la performance d'un dispositif digital par la mise en place d'un référentiel de KPIs. Exploiter la data en développant sa compréhension technique de la data : connaissances des typologies de data, des principaux enjeux de collecte, analyse et activation, de l'évolution du traitement des données marketing (CRM, programmes relationnels, DMP, etc.) des

#### Public visé par la certification

- Responsable de la stratégie digitale
- Marketing business analyst
- datascientist ou dataminer
- responsable marketing opérationnel

nouveaux enjeux techniques auxquels sont confrontés les Directions des systèmes d'information (big data, DMP, activation temps réel, Intelligence Artificielle, etc.). Ces compétences sont indispensables pour assurer le dialogue avec les services techniques internes à l'entreprise ou externes avec les multiples prestataires.

Gérer un projet digital : en interne, pouvoir communiquer avec les différents services concernés, en externe piloter les nombreux prestataires techniques, rédiger un cahier des charges fonctionnelles, définir des livrables, identifier des tâches critiques, respecter des délais et des budgets. Compétences sur les nouveaux modes de gestion de projet : méthode agile, design thinking, etc.

Utiliser la data et l'exploiter conformément à la nouvelle réglementation en vigueur : connaissances des principaux enjeux juridiques autour de la data, en particulier incidences du déploiement du RGPD dans l'entreprise.

Accompagner la transformation induite par les projets data : assurer les phases d'implémentation, accompagner l'organisation et les compétences requises dans l'entreprise, accompagner le déploiement avec des champions, transformation en routine

- responsable CRM
- Chef de produit web
- brand manager
- Community manager
- social media manager
- content manager
- revenue analyst manager

## Modalités générales

Public plus spécifiquement visé :

Toute personne, collaborateur, dirigeant, cadre en reconversion, amenée à prendre en charge la responsabilité de pilotage d'un projet à forte composante data au sein d'une organisation. Responsable au sein d'un département métier, en particulier marketing ou DSI.

1 programme de 11 jours soit 77 heures réparties sur 6 mois.

## Liens avec le développement durable

niveau 2 : certifications et métiers pour lesquels des compétences évoluent en intégrant la dimension du développement durable

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

### Pour l'individu

Au terme de la formation, les participants auront acquis les compétences suivantes :

Une vision claire de l'évolution de la data marketing dans l'entreprise et des nouveaux enjeux liés à la révolution digitale.

Une maîtrise des fondamentaux techniques permettant de dialoguer tant avec leurs directions des systèmes d'information qu'avec les prestataires externes.

Des outils méthodologiques de mise en œuvre (collecte, analyse, activation) et de pilotage pour juger de la performance d'un dispositif data.

Des clés pour piloter les projets data de façon efficace, de la phase de diagnostic, de gestion de projet et de déploiement en interne de l'organisation.

### Pour l'entité utilisatrice

Pour les entreprises et organisations, les plus-values sont les suivantes :

Avoir en interne des collaborateurs à même d'appréhender la complexité des enjeux data. Bénéficier d'une démarche plus structurée de mise en œuvre.

Mieux cadrer les risques projets en amont (diagnostic), en phase de réalisation (cadre projet) et en aval (déploiement).

## Evaluation / certification

### Pré-requis

Expérience en marketing digital

### Compétences évaluées

S'approprier les nouveaux enjeux de la data dans le marketing : vision globale et stratégique.

Utiliser la data dans les actions marketing (mise en oeuvre).

Gérer les volets data des projets digitaux : présenter un plan d'action data.

Présenter des indicateurs SMART permettant de juger de la performance du projet.

Adapter l'organisation aux enjeux digitaux .

### Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)

N/A

### Centre(s) de passage/certification

- ESCP Europe campus de Montparnasse

La validité est Temporaire

3 ans

**Possibilité de certification partielle :** non

Matérialisation officielle de la certification :

certificat de compétences : Digital Analytics

## Plus d'informations

### Statistiques

Nombre de certifiés par an : 7 en mars 2018 (1ère promotion).

Estimation : 15 en mars 2019.

### Autres sources d'information

<http://www.escpeurope.eu>