



1 jour

Bulletin de participation
sur www.caritat.fr

Thèmes transversaux



À qui s'adresse cette formation ?

À toute personne qui souhaite comprendre les outils et algorithmes utilisés en marketing.

Pour obtenir quoi ?

Des méthodes marketing pour connaître les clients et optimiser des actions au travers d'algorithmes.

Comment ?

Études de cas pratiques et réflexion sur la mise en place des méthodologies, revue des méthodologies statistiques, cas pratiques concrets (manipulation des bases de données et construction des algorithmes avec R).

Quels sont les prérequis ?

Aucun en particulier. L'intérêt et l'utilisation des outils numériques sont cependant fortement recommandés.

Qui anime cette formation ?

Kezhan SHI est membre certifié de l'IA. Il est titulaire d'un master en actuariat de l'Université Paris Dauphine et a également fait l'École Centrale Paris. Il a travaillé chez Prim'Act, Direct Assurance et Aviva, avant de rejoindre Allianz en 2017, au titre de Data Scientist.



La formation en pratique...

Quand et où ?

9 novembre 2018

9 h 00 - 12 h 30 et 14 h 00 - 17 h 30
Caritat, Paris 8°

Combien ça coûte ?

1 220 € HT + TVA 20%, soit 1 464 € TTC.
Les frais de participation couvrent la journée de formation, la documentation complète, le déjeuner et les pauses café.

Où vous loger ?

Si vous venez de province ou de l'étranger, pour toute réservation d'hôtel, contactez notre partenaire :

Elysées West Hôtel - 01 85 34 72 00

Précisez que vous venez de la part de Caritat.

<http://elysees.hotusa.com/caritat/>

Qu'allez-vous apprendre ?

Introduction

- Comprendre les enjeux des problématiques en marketing
- Démystifier les notions de big data/intelligence artificielle/machine learning
- Comprendre comment la data science peut apporter des outils performants en marketing

Modèles descriptifs appliqués en marketing

- Méthodes et enjeux dans la segmentation des clients
- Comment appliquer les méthodes de segmentation
- Comment construire un tableau de bord pour avoir une vision 360 des clients
- Cas pratique: segmentation de clients

Modèles prédictifs appliqués en marketing

- Comprendre et appliquer des méthodes de ciblage
- Comprendre et appliquer des méthodes segmentations des clients
- Comment faire de l'up-selling, du cross-selling
- Importance de mesurer la performance des actions commerciales, et comment optimiser la rentabilité
- Cas pratiques: ciblage de clients et cross-selling

Connaissance clients, valeur client et automatisation des opérations

- Comment découvrir les nouveaux besoins des clients
- Comprendre la notion de valeur client et son calcul
- Comment automatiser les processus de souscription

Analyse des avis clients

- Analyse des commentaires et des notes des clients
- Comprendre et extraire les sujets de conversations et cibler les motifs d'insatisfactions
- Analyser le NPS

01 44 51 04 00
info@caritat.fr

Qu'en disent les stagiaires ?

Cette formation est une nouveauté du catalogue Caritat.