



CONSEIL DATA MARKETING
& TECHNOLOGIES



Data, Phygital & Drive to Store

Formation
Octobre 2019

▣ Formation

Scope of Work M13h

Méthode pédagogique & formations proposées

METHODE PEDAGOGIQUE

Nos méthodes mettent l'accent sur des retours terrain (insights marché et cas d'usage illustrés), organisés autour d'une colonne vertébrale d'apports théoriques



Keynotes et apports théoriques

Objectif : Partager un vocabulaire et des principes généraux tant métiers que techniques



Cas d'usages illustrés

Objectif : Impliquer les participants en les projetant dans leur quotidien, en tant qu'employés ou consommateur



Insights acteurs du marché

Objectif : Donner une vision sur les acteurs et chiffres essentiels de l'écosystème

FORMATIONS PROPOSEES

FORMATION #1

Sous le capot des
MarTech & AdTech

FORMATION #2

Introduction à
la Data Science

FORMATION #3

Data, Phygital
& Drive to Store

Data, Phygital & Drive to Store

Objectif : Acquérir la compréhension des mesures possibles entre online et offline – Drive to store & Phygital

Les GAFAs sont-ils, une fois de plus, sur le chemin critique ? Les alternatives ont-elles un reach suffisant pour être représentatives ? Les expérimentations et/ou la modélisation de données sont-ils un passage obligatoire ? Comment embarquer le offline dans la réflexion ?

CONTENU PEDAGOGIQUE

- **INTRODUCTION** - Enjeux & forces en présence
 - **[Phygital] Entre innovation, data, expérience clients & productivité magasins**
 - Kesako ?
 - [Web to store] Les initiatives web to store pour faire gagner du temps aux clients et vendeurs
 - [Digital in store] Les initiatives digital in store pour enrichir l'expérience et convertir
 - [Store to web] Les initiatives store to web pour digitaliser la relation clients
 - **[Techno] Des investissements qui méritent une mesure adaptée : nouvelle techno ou recyclage ?**
 - [Ad Tech] Les GAFAs, régies spécialisées & data onboarders proposent des solutions (presque) intégrées
 - [Mar Tech] Les web analytics & datalake custom capitalisent sur vos parcours phygitaux
 - [Autres] Comment se passer des GAFAs et des parcours phygitaux ? AB Test géographique et modelling
 - [Synthèse] Quelle stratégie opérationnelle adopter ?
 - **CONCLUSION** – Comment construire sa roadmap.
- Fonctionnement
 - Do & do not, opportunités & limites
 - Editeurs technologiques & solutions
 - Exemples concrets d'usages, mise en situation
 - Prise de hauteur et principaux REX

DESTINATAIRES & FORMAT

Public cible : Direction digitale & marketing

1 à 8 participants

Durée : 3h

Locaux : les vôtres

Date : à définir ensemble

Formation

▣ **Scope of Work M13h**

Nous mettons les données et les technologies au service de vos ambitions marketing

Des consultants passionnés pour adresser tous vos enjeux marketing digital & data

Data marketing

Une capacité à faire parler la donnée pour servir les enjeux du marketing digital : connaissance clients et performance marketing

Analyse de potentiel, études, recommandations stratégiques, parcours clients, choix des KPI, cas d'usage, test & learn, ...

Technologies marketing

Une bonne connaissance de l'écosystème des technologies marketing et une excellence opérationnelle pour les déployer et les exploiter

*Stack adtech / martech
Web analytics, DMP/CDP, attribution, personnalisation & recommandation, ...*

Data science & IA

Une forte expertise de modélisation et d'analyse de larges volumes de données, de conception algorithmique et de visualisation

Analyses descriptives et prédictives, segmentation, churn, dashboard, life time value, économétrie, ...

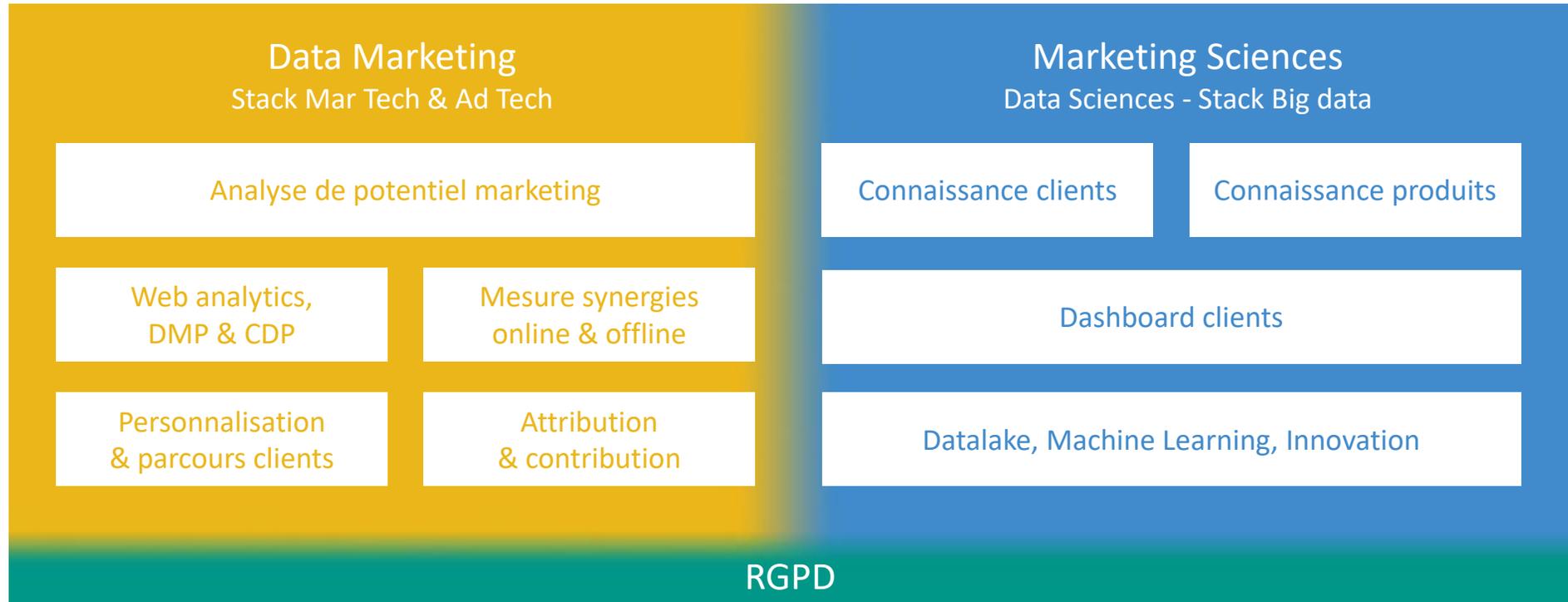
Organisation & Conformité

La capacité de vous accompagner vers une organisation marketing performante en conformité avec les enjeux réglementaires

Corpus documentaire & plan de mise en conformité RGPD / e-privacy, conduite du changement, schéma directeur, RACI, ...

M13h, société créée en 2014, rejoint le groupe LABELIUM début 2018

Scope of work M13h : les ambitions data des Directions Marketing



Nos derniers clients



Nos valeurs



Indépendance technologique

Une indépendance totale vis-à-vis des acteurs technologiques du marché

Une capacité à travailler avec les outils que vous avez choisi et challenger les choix technologiques au besoin, sans aucun biais externe



Simplicité

Nous avons été bercés avec le slogan « ce qui est simple est fort »

Nous cherchons à rendre plus lisible un écosystème complexe avec des explications simples, formalisées et structurées grâce à notre ADN de conseil, pour des choix éclairés



Proximité et co-construction

Une âme de bâtisseurs et une proximité client naturelle de part l'agilité de notre structure

Une réelle volonté d'assurer la montée en compétences de vos équipes, pour des projets pérennes

Merci

Votre interlocuteur

Laetitia Lanfranchi

CEO & co-founder

06 43 09 57 10

laetitia.lanfranchi@m13h.com

The M13H logo, featuring a stylized 'M' with a diagonal line through it, followed by the numbers '13H' in a bold, sans-serif font.

M13H

CONSEIL DATA MARKETING
& TECHNOLOGIES