



Digital Analytics : stratégie et bonnes pratiques

Lien : <https://innov-maroc.com/formation/digital-analytics-strategie-et-bonnes-pratiques>

 DURÉE
3 jours (21h)

 RÉFÉRENCE
MSI28

 CATÉGORIE
**Transformation Digitale
de l'Entreprise et du
Service Public**

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Avoir une vision claire de l'évolution de la data marketing dans l'entreprise et des nouveaux enjeux liés à la révolution digitale
- ✓ Maîtriser les indicateurs clés d'Internet
- ✓ Acquérir des clés pour piloter vos investissements
- ✓ Obtenir des clés pour piloter les projets data de façon efficace

POUR QUI ?

- ✓ Direction marketing
- ✓ Direction communication
- ✓ Direction études
- ✓ Direction informatique



Programme détaillé

1 / Comprendre les grands enjeux de la Data & Analytics

- Data driven marketing... enjeux marketing, technologiques et sociétaux
- Analyse du cas Walmart
- Vision 360 de la data
- Les cinq révolutions data au sein de l'entreprise - Du CRM à la DMP
- Créativité data et smart data
- Classification et typologie des data
- Les outils au sein d'une architecture data marketing (datalake, DMP, etc.)
- Point sur les principaux sujets clés en 2018 : personnalisation, DMP, etc
- Cas d'usage et retours d'expérience

2 / Les enjeux data & analytics sur le site

- Site, applications mobile... Objectifs, parcours clients, etc
- Analyseur d'audience : paramétrages et bonnes pratiques
- Datalayer, TMS, API, etc
- Les outils de Business Intelligence

3 / Pilotage et exploitation des données de son site Web

- Les fondamentaux de la mesure « site centric »
- Tags et cookies
- Quelles solutions de « site-centric » choisir ?

- Panorama des solutions de marché
- Bien paramétrer ses objectifs et ses tunnels de conversion
- Codification de campagne et URL Tracking
- TMS, outil de « Tag Management System »
- Containeur, balise, déclencheur
- Définir son Datalayer (couche de data)
- Choisir une solution de « Tag Management System »
- Panorama des solutions de marché

4 / Data & analytics au cœur des investissements media

- Les indicateurs pour suivre vos campagnes emailing
- Référencement naturel
- Référencement payant
- Les étapes pour mettre en place une campagne (ciblage, outils...)
- Evolution de la data dans les stratégies CRM
- Des programmes relationnels aux DMP, CDP
- Mise en place et tests de scénarii
- Modèles d'attribution

5 / Réseaux sociaux : pilotage et données sociales

- Mesures clés et KPIs sur les médias sociaux
- Mesure de veille et d'e-réputation, verticales sur les médias sociaux et retour
- Aligner les KPIs et mettre en place un reporting consolidé
- Outils d'e-reputation (listening consumer)
- Outils d'e-reputation (listening consumer) : fonctionnement
- Quels paramétrages à mettre en oeuvre ? Zoom sur les différents acteurs du marché
- Facebook Insight
- Twitter Analytics, Youtube Analytics, Simply measured...
- Publicité sur les médias sociaux
- Plateforme de management social

6 / Stratégie et organisation data dans l'entreprise

- Enjeux organisationnels des entreprises liés à la transformation numérique
- L'intelligence artificielle et des data science

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 21 au 23 Oct. 2026

 Distanciel

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 Téléphone : +212 522 247 210

 Email : contact@innov-maroc.com

 Web : <https://www.innov-maroc.com>