



FORMATIONS 2019

DIGITAL | EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE | MANAGEMENT



Formations certifiantes



Digital Learning



Formations inter-entreprises



Formations intra-entreprise



Formations sur mesure

www.ccmbenchmark.com/institut



Yaël Clarke

*Directeur
CCM Benchmark Institut*

Aujourd'hui, personne ne veut prendre une seconde de retard sur les dernières mutations digitales. Votre directeur, vos collègues, vos clients sont angoissés à l'idée de ne pas anticiper la prochaine évolution des usages, de se faire «uberiser» sans l'avoir vu venir, de mettre en péril tout leur écosystème pour un changement d'algorithme ici ou là. Quand le chat de votre voisin a plus de followers sur Instagram que votre PDG de connexions sur LinkedIn, on peut légitimement paniquer.

Chez CCM Benchmark Institut, nous accompagnons les transformations du monde numérique depuis plus de 20 ans. Cela ne fait pas de nous des dinosaures, mais des experts, parce que nous nous sommes constamment remis en question pour rester à flot dans cet univers mouvant.

Nous vous aidons à comprendre, à analyser, à profiter de tous ces changements pour que vous ayez, enfin, un coup d'avance. Que vous ayez besoin de développer votre site de marque, votre plateforme e-commerce, vos réseaux sociaux ou votre communication à 360, nous connaissons l'expert qui vous y aidera.

Bien que nous soyons des spécialistes du virtuel, nous croyons beaucoup à la qualité des échanges «in real life» : nos formations donnent une grande part aux études de cas, aux mises en situation et aux échanges concrets entre participants et formateur. Parce que votre problématique est peut-être unique, nous proposons aussi des formations sur-mesure. Et parce que souvent, le digital est l'arbre qui cache la forêt de la transformation de l'entreprise, nous avons étendu notre savoir-faire aux domaines du management et de l'efficacité personnelle.

97%
de clients satisfaits

+ de 20
ans d'expérience

100 000
personnes formées

70
formateurs experts

+ de 100
formations au catalogue

Qualité & Certification

Nous sommes enregistrés sous le numéro : 11 75 53 889 75
(cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat)



CCM Benchmark Institut	4
Notre équipe	6
Quel format est adapté à vos besoins ?	7
Nos locaux	8
Comment financer votre formation ?	10
Nos formations en Digital	11
Calendrier des formations inter-entreprises	12-17
Nos formateurs	18
Nos formations en Efficacité professionnelle/Management	19
Calendrier des formations inter-entreprises	20-21
Nos formations en intra-entreprise / sur-mesure	22
Digital learning	23
Liste des formations	24-25
Nos formations certifiantes	27
Certificat Marketing Digital	28-29
Certificat Expérience Client	30-31
Focus sur deux formations	32-33
Nos principes de Respect du Développement Durable	34

NOTRE ÉQUIPE



(de bas en haut et de gauche à droite)

Yaël Clarke

Directeur CCM Benchmark Institut

Annaëlle Cariolet

Assistante Formation inter-entreprises & certificats

Samantha Marciszewer

Digital Learning Manager / Chef de Projet Formation inter-entreprises & certificats

Emma Parenti

Chef de Projet Formation intra-entreprise

Emeline Guerbois

Assistante Formation intra-entreprise

Géraldine Faraoni

Assistante Digital Learning



CONTACT

01 47 79 51 08

formation@ccmbenchmark.com

NOS FORMATIONS



Les formations en inter-entreprises

Nous proposons une centaine de formations d'1 ou 2 jours qui ont lieu dans nos locaux (Paris 9^{ème}).



Les formations en Blended Learning / sur mesure

(présentiel + distanciel)

Pour vous apporter plus de confort et de liberté, nous pouvons vous proposer certaines de nos formations sous ce nouveau format ou les concevoir sur-mesure pour votre société.



Les formations en intra-entreprise / sur mesure

Après avoir défini ensemble vos besoins et vos objectifs, nous pouvons mettre en place des formations « standard » (programme inter-entreprises) ou des formations sur mesure pour vos collaborateurs.



Les certificats

(en partenariat avec l'ESCP Europe et l'Université Paris-Dauphine)

Il s'agit de formations certifiantes, qui peuvent être effectuées en intra ou en inter-entreprises. Ces formations se concluent par la soutenance d'un projet qui donne lieu à la remise d'un certificat.

ESCP
EUROPE
BUSINESS SCHOOL



DAUPHINE
UNIVERSITÉ PARIS



Où ?

Dans les locaux de CCM Benchmark/ de nos partenaires à Paris



Dans vos locaux



À distance



Quand ?

Sur une des sessions planifiées dans le calendrier



Quand vous le souhaitez

Avec qui ?

Des salariés d'autres sociétés et/ou des collaborateurs



Vous et vos collaborateurs



Comment ?

N'hésitez pas à nous contacter par téléphone : 01 47 79 51 08 par email : formation@ccmbenchmark.com

NOS LOCAUX

Centre de formation
CCM BENCHMARK INSTITUT
94, rue de Provence - 6^{ème} étage
75009 Paris



ACCÈS



COMMENT FINANCER VOTRE FORMATION ?

A noter qu'en 2019 ces modalités sont susceptibles de changer en raison de la réforme.

VOUS ÊTES SALARIÉ VISÉ PAR UNE PROCÉDURE DE LICENCIEMENT ÉCONOMIQUE

Le CSP : Le Contrat de Sécurisation Professionnelle est proposé à des salariés licenciés économiques et permet, sur une durée maximale de 12 mois, de bénéficier, entre autres, de périodes de formation.

VOUS ÊTES DEMANDEUR D'EMPLOI

Les conseils régionaux, généraux et municipalités : Ils financent des formations mais pas sur sollicitation directe, il faut se rapprocher des conseillers Pôle emploi ou de la mission locale (pour les jeunes de 16 à 25 ans), Apec ou cap emploi (pour les travailleurs handicapés).

L'aide individuelle à la formation (AIF) :

Elle permet de financer tout ou partie du coût d'une formation.

Cette aide s'adresse aux demandeurs d'emploi suivis par Pôle emploi, dont la démarche de formation est cohérente avec un objectif de reprise d'emploi.

L'Action de Formation Préalable au

Recrutement (AFPR) : Elle s'adresse aux demandeurs d'emploi qui ont trouvé un emploi mais qui n'ont pas les compétences requises pour être recrutés. Le stagiaire n'a rien à déboursier et peut continuer de percevoir son allocation Pôle emploi ou la mission locale.

VOUS ÊTES SALARIÉ

Le plan de formation de l'entreprise :

Certaines entreprises établissent des Plans de Formation qui recensent de manière annuelle les besoins en formation de leurs salariés. Contactez votre service RH.

Les OPCA : Ils seront remplacés par des «Opérateurs de compétences», gérés paritairement. Ces structures vont notamment financer le plan formation des TPE-PME.

CCM Benchmark Institut a été sélectionné par plusieurs OPCA (OPCALIA & AFDAS) pour la formation de leurs adhérents pouvant ainsi bénéficier de tarifs préférentiels sur certaines formations.

Le CPF : Le Compte Personnel de Formation est un droit à la formation ouvert pour tous les salariés de 16 ans jusqu'à la retraite.

Le CPF permet de suivre une formation conduisant à une qualification ou une certification professionnelle, d'acquérir le «socle commun de connaissances et de compétences» appelé également «CléA» ou de valider les acquis de l'expérience (VAE).

A partir de janvier 2019, le compte ne sera plus alimenté en heures mais en euros.

Le Certificat Marketing Digital est éligible au CPF.



CONTACT

01 47 79 51 08

formation@ccmbenchmark.com

NOS FORMATIONS EN DIGITAL



- **Calendrier des formations inter-entreprises** P.12 à 17

Sessions 2018	Durée	Tarif HT	janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.
Data & IA														
● ● Big Data et Knowledge Management	2 j	1 890 €	28-29		26-27			17-18				28-29		
● ● Comment construire et améliorer votre dispositif CRM grâce aux datas	2 j	1 650 €		6-7			22-23					7-8		
● ● Comment tirer profit de Facebook Analytics	1 j	1 050 €		4			14						13	
● ● Définir une stratégie d'intelligence artificielle pour l'entreprise	1 j	990 €		18			15						4	
● ● La Datavisualisation	1 j	690 €			25			26			27			9
● ● Le data marketing	2 j	1 890 €		4-5			13-14					14-15		
● ● Tirer profit de la data pour ses actions digitales	1 j	950 €	11			4		25			20			6
E-Commerce														
● ● Implémenter le module e-commerce de Google Analytics	1 j	950 €	28			15					27		27	
● ● Boutiques connectées	1 j	990 €		8			23				10			2
● ● E-commerce et expérience utilisateur (UX) : quelle ergonomie pour vos dispositifs de vente en ligne?	2 j	1 590 €			13-14			19-20			18-19			3-4
● ● E-merchandising	2 j	1 690 €	15-16			8-9			1-2			9-10		
E-Communication / Communication														
● ● Bâtir un plan de communication 360° efficace	2 j	1 690 €				9-10		25-26				8-9		17-18
● ● Brand Content : concevoir et optimiser sa stratégie digitale de contenu de marque	1 j	790 €		7			20				30			17
● ● Communication corporate et digital	2 j	1 590 €		14-15			6-7					30-31		
● ● Concevoir et piloter sa communication digitale	2 j	1 650 €	22-23				6-7				11-12			10-11
● ● Storytelling pour le web	2 j	1 590 €		11-12			9-10					7-8		2-3
E-Marketing / Marketing														
● ● Réussir sa stratégie de fidélisation sur Internet	2 j	1 590 €	14-15			2-3		25-26			10-11			9-10
● ● Améliorer les performances de ses opérations d'e-mailing	1 j	950 €			19			14				2		16
● ● Bien intégrer le digital à sa stratégie plurimédia	1 j	950 €	14		28			21					19	
● ● Bien vendre le média digital	1 j	1 590 €			14-15			11-12			10-11			2-3
● ● Construire une stratégie de marque forte	2 j	1 590 €	30-31			3-4		25-26			10-11		28-29	
● ● CRM : mettre en place une démarche marketing client	2 j	1 590 €	30-31			15-16			3-4			21-22		
● ● Digitaliser son plan de communication	1 j	990 €			12			12			25			16
● ● Ecrire pour le web : règles de base et exercices	1 j	950 €		5			24				30			17
● ● Google Adwords avancé	1 j	950 €	21			10							20	
● ● Le plan marketing digital : méthodologie et facteurs de succès	1 j	990 €	10		21			11				3		

Plusieurs formations vous intéressent ? Vous souhaitez être certifié ?
Retrouvez nos certificats en Marketing, Analytics et Expérience Client (page 27).

Formats également disponibles :

- Les formations en Blended Learning
- Les formations en intra-entreprise
- Les formations sur mesure

Sessions 2018	Durée	Tarif HT	janvier	février		mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.
E-Marketing / Marketing (suite)															
● ● Maîtriser les fondamentaux de Google Analytics	2 j	1 350 €	24-25				18-19			3-4		30	1		18-19
● ● Marketing à la performance	1 j	950 €		6				14				16			13
● ● Mesurer et optimiser la rentabilité des campagnes webmarketing	1 j	950 €	18				10			5				15	
● ● Optimiser ses parcours clients en cross / omnicanal	2 j	1 590 €				25-26			13-14			23-24		21-22	
● ● Optimiser son marketing digital	2 j	2 090 €	24-25				11-12						21-22		
● ● Programmatique et trading desks	1 j	950 €		1				13					17		
● ● Rédiger des e-mailings et des newsletters percutants	2 j	1 590 €	30-31				8-9			1-2				5-6	
● ● Reporting et analyses : bien utiliser Google Analytics	2 j	1 590 €		19-20					4-5				7-8		12-13
● ● Réussir sa stratégie newsletter	1 j	890 €	22				11							21	
● ● Réussir ses actions webmarketing	2 j	2 090 €	30-31				1-2			1-2		23-24			16-17
● ● Stratégie de contenu web	2 j	1 090 €				11-12			20-21				3-4		
● ● Tableaux de bord Internet	1 j	690 €	29										23		
● ● Techniques avancées de webmarketing pour l'e-commerce	2 j	2 090 €	16-17			26-27			13-14			17-18			4-5
● ● Vendre par l'e-mailing	1 j	950 €				13			6				30		
● ● Webmarketing B to B	2 j	1 390 €	14-15			28-29			11-12			19-20			2-3
● ● Webmarketing et e-commerce : les bases	2 j	2 090 €	10-11			21-22			6-7			12-13		28-29	
Ergonomie / Sites web															
● ● Persuasive Design	2 j	1 590 €				26-27							24-25		
● ● Culture digitale	1 j	1 590 €	24				4			4			24		
● ● Design Thinking	2 j	1 590 €		4-5				16-17					1-2		10-11
● ● Expérience utilisateur (UX) digitale : quelle ergonomie pour votre site web?	2 j	1 590 €	22-23				16-17			1-2			28-29		
● ● Gestion de projet web	2 j	1 690 €				11-12			27-28			23-24			5-6
● ● Google Optimize	1 j	1 090 €		1				10						19	
● ● Les bases techniques du Web pour les non-techniciens	2 j	1 690 €				19-20			17-18			16-17			9-10
● ● Maîtriser les fondamentaux de Google Tag Manager	2 j	1 590 €		11-12				27-28					14-15		
● ● Parcours et Expérience Clients, les best practices pour se différencier	2 j	1 590 €				13-14			19-20					6-7	

Plusieurs formations vous intéressent ? Vous souhaitez être certifié ?
Retrouvez nos certificats en Marketing, Analytics et Expérience Client (page 27).

Formats également disponibles :

- Les formations en Blended Learning
- Les formations en intra-entreprise
- Les formations sur mesure

CALENDRIER FORMATIONS EN DIGITAL

FORMAT INTER-ENTREPRISES

Sessions 2018	Durée	Tarif HT	janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.
Mobile / Tablette														
● ●	Expérience utilisateur et interaction tactile : quelle ergonomie pour vos applications et sites mobiles?	2 j	1 590 €		7-8			20-21			25-26			12-13
● ● ●	Mobile First	2 j	1 690 €	24-25			18-19		27-28			3-4		
Référencement														
● ● ●	Référencement web (SEO) : les fondamentaux	2 j	2 090 €		13-14			9-10			18-19			16-17
● ● ●	Ecrire pour un meilleur référencement naturel (SEO)	1 j	950 €		1			13			13			13
● ● ●	Référencement web : audit SEO de votre site web	2 j	2 090 €			11-12		3-4			25-26			11-12
Réseaux sociaux														
● ● ●	Animer une communauté interne dans une digital workplace	1 j	950 €		1			16			18		15	
● ● ●	Atelier audit médias sociaux	2 j	1 690 €		27-28			16-17			25-26		18-19	
● ● ●	Définir une stratégie de buzz marketing sur les réseaux sociaux	1 j	950 €	18			9		3				4	
● ● ●	Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux	2 j	1 590 €	28-29			16-17				12-13			18-19
● ● ●	Devenir community manager	2 j	1 650 €		18-19			3-4			30	1	25-26	
● ● ●	Devenir social media manager	2 j	1 650 €			13-14		13-14				17-18		
● ● ●	Ecrire sur les réseaux sociaux	1 j	950 €	21			16				12		18	
● ● ●	Gérer une page entreprise performante sur Facebook	1 j	950 €	25		29		6			20		29	
● ● ●	La publicité sur les médias sociaux	1 j	950 €	10			5		5			31		
● ● ●	Maîtriser et communiquer avec Twitter	1 j	950 €		8			17			17		28	
● ● ●	Médias et réseaux sociaux en B to B : atelier pratique	1 j	850 €	11			19	25				30		
● ● ●	Optimiser sa stratégie de présence sur les réseaux sociaux	2 j	1 590 €		11-12			27-28				1-2		4-5
● ● ●	Réseaux sociaux : atelier découverte	1 j	850 €	23				9			17		27	
● ● ●	Réseaux Sociaux : comment bâtir et optimiser son plan d'action	2 j	1 690 €	16-17		27-28		19-20				22-23		
● ● ●	Réseaux Sociaux B to B : comment être efficace ?	2 j	1 690 €		12-13			21-22				15-16		

Plusieurs formations vous intéressent ? Vous souhaitez être certifié ?
Retrouvez nos certificats en Marketing, Analytics et Expérience Client (page 27).

Formats également disponibles :

● Les formations en Blended Learning ● Les formations en intra-entreprise ● Les formations sur mesure

NOS FORMATEURS



Les formateurs de CCM Benchmark Institut sont tous des spécialistes reconnus dans leur domaine et sont rigoureusement sélectionnés par entretien préalable, évaluation des références et validation du programme pédagogique.

Ils sont à la fois consultants et formateurs :

Leur expérience en tant que consultant leur permet d'être à la pointe des évolutions du secteur et de se mettre à jour sur les sujets d'actualité.

Leur expérience en tant que formateur garantit une pédagogie indispensable : exercices pratiques, études de cas, exemples concrets, recommandations...

NOS FORMATIONS EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE / MANAGEMENT



- **Calendrier des formations inter-entreprises** P.20 à 21

CALENDRIER FORMATIONS EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE / MANAGEMENT

FORMAT INTER-ENTREPRISES

Sessions 2018	Durée	Tarif HT	janvier	février		mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.
Bureautique															
● ● Excel : analyse de données	1 j	490 €		6					19			13		22	
● ● Powerpoint à votre service	1 j	490 €		21				24				16		13	
Efficacité professionnelle															
● ● Développer sa créativité	2 j	1 290 €	17-18				3-4			3-4		19-20			11-12
● ● Développer son esprit de synthèse	2 j	1 290 €		20-21				21-22					17-18		
● ● Intelligence émotionnelle et gestion du stress	2 j	1 290 €				28-29			13-14				24-25		
● ● L'art de convaincre	2 j	1 290 €				13-14			20-21					19-20	
● ● Réussir sa prise de parole en public	2 j	1 490 €		19-20				15-16					2-3		18-19
● ● S'organiser pour booster son efficacité	2 j	1 290 €				19-20			27-28					14-15	
Management															
● ● Accompagner son équipe dans le changement	2 j	1 290 €		6-7				28-29						25-26	
● ● Agilité, product management, lean	1 j	990 €		5					3			27			6
● ● Animer des entretiens et des réunions	2 j	1 290 €		18-19				20-21						13-14	
● ● Gérer les personnalités difficiles	2 j	1 290 €	22-23					14-15				23-24		26-27	
● ● Intelligence collective : développer la motivation et la cohésion dans vos équipes	2 j	1 290 €	28-29			21-22			6-7				14-15		
● ● Lean Management : savoir gérer ses projets et les valoriser	2 j	1 290 €		14-15				13-14						7-8	
● ● Les nouvelles tendances du management	1 j	950 €	21				8						4		
● ● MBTI : mieux se connaître pour mieux manager	2 j	1 190 €		13-14				10-11						4-5	
● ● Piloter l'activité et organiser des délégations efficaces	2 j	1 290 €				18-19			3-4				10-11		
● ● Réussir sa gestion de projet	2 j	1 290 €		21-22				23-24					10-11		5-6
● ● Réussir sa prise de fonction de manager	2 j	1 290 €				21-22			6-7					28-29	

Plusieurs formations vous intéressent ? Vous souhaitez être certifié ?
Retrouvez notre certificat en Leadership (page 27).

Formats également disponibles :

● Les formations en Blended Learning ● Les formations en intra-entreprise ● Les formations sur mesure

NOS FORMATIONS EN INTRA-ENTREPRISE / SUR-MESURE

Dispositif disponible à partir de 3 personnes issues d'une même entreprise et intéressées par la même formation présente sur notre catalogue ou conçue spécialement pour vous.

Les avantages :

- Nous formons vos **équipes** sur **un projet commun**, avec des niveaux plus homogènes
- Nous pratiquons un **tarif forfaitaire** (de 3 à 10 participants)
- Vous **choisissez la date** de votre formation

Notre approche pédagogique s'adapte à vos besoins, si le programme standard de notre catalogue ne vous convient pas :



DIAGNOSTIC

Contactez-nous pour discuter et créer ensemble les bases d'un contenu pédagogique pertinent : **01 47 79 50 16**
formation@ccmbenchmark.com



SUR-MESURE

Notre formateur transforme les objectifs de vos collaborateurs en formation personnalisée.



INNOVATION

Développez les compétences de vos équipes sur le long terme.



DIGITAL LEARNING



- **Liste des formations** P. 24 à 25

DIGITAL LEARNING

CCM Benchmark Institut propose des formations en Blended Learning (Mix présentiel + distanciel)



CE FORMAT VOUS OFFRE LA POSSIBILITÉ :

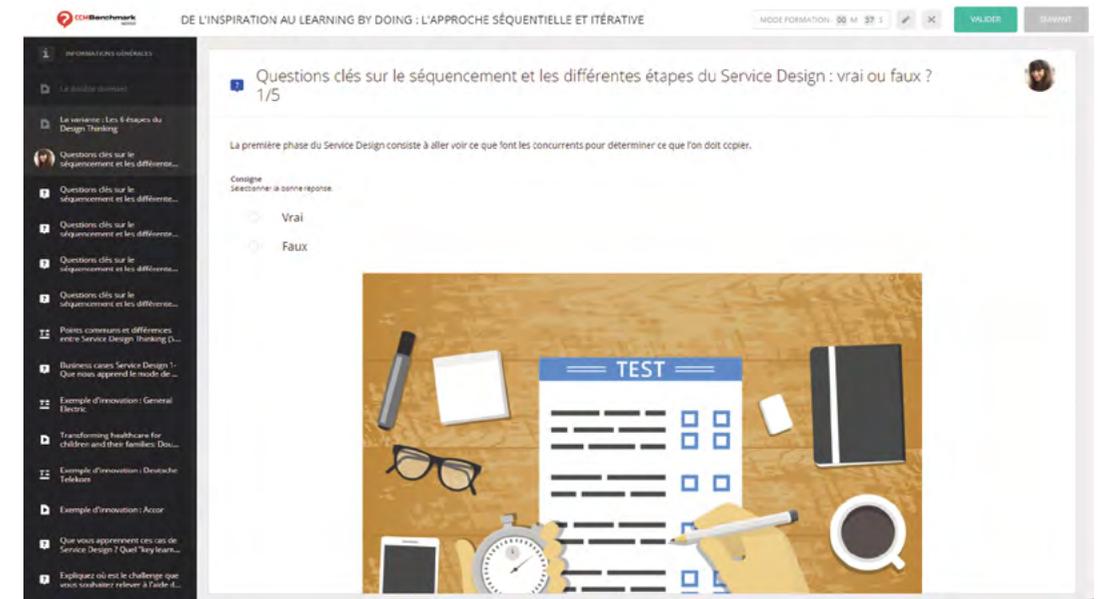
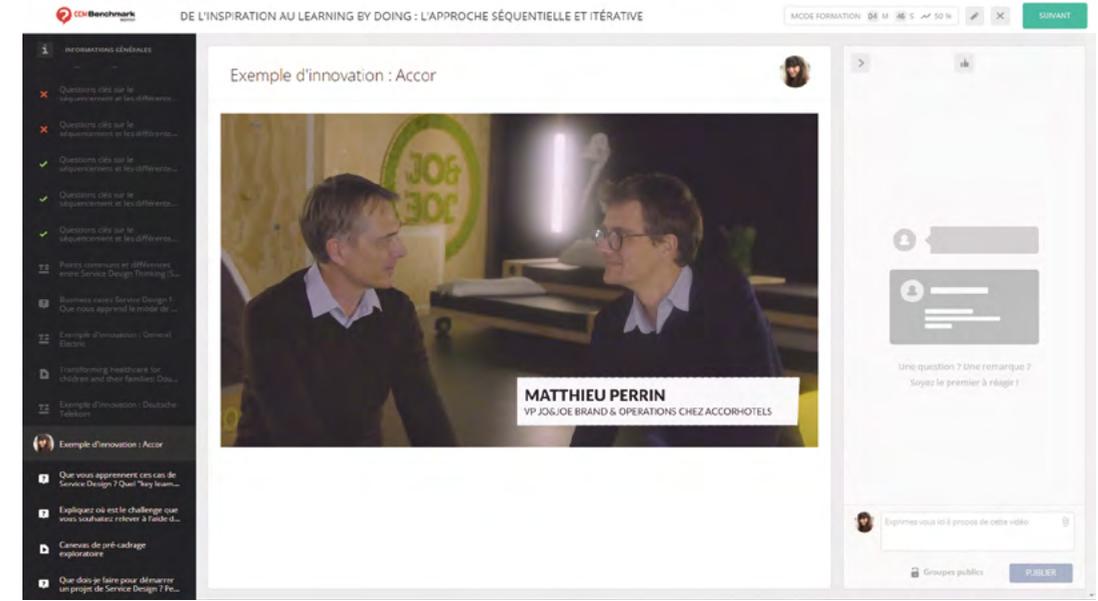
- D'optimiser votre agenda en suivant une partie de la formation à distance, à votre rythme
- D'échanger en ligne ou en présentiel avec une communauté ayant les mêmes problématiques que vous
- De bénéficier pleinement des moments en présentiel pour interagir avec le formateur et découvrir des cas d'usages concrets et innovants
- De participer à une formation délivrée par un formateur-expert à un tarif intéressant

FORMATIONS DISPONIBLES EN 2019 (1090 € HT) :

- Concevoir et piloter sa communication digitale
- Construire une stratégie de marque forte
- Design Thinking
- E-merchandising
- Intelligence émotionnelle et gestion du stress
- Marketing Mobile
- Réussir sa gestion de projet
- SEO

UN CONTENU ADAPTÉ À VOS BESOINS

Nous pouvons également **adapter** ou construire **sur-mesure** pour votre société une formation en Blended Learning ou Full Distanciel.



JDN
EVENTS

ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS B TO B
DANS LE DOMAINE DU DIGITAL ET DE L'E-BUSINESS



CONSEILS DE LEADERS | RETOURS D'EXPÉRIENCES
RÉSULTATS D'ÉTUDES | ANALYSES D'EXPERTS

www.journaldunet.com/events/

GROUPE FIGARO
CCM Benchmark



NOS FORMATIONS CERTIFIANTES



- **Certificat Marketing Digital** P. 28 à 29
- **Certificat Expérience Client** P. 30 à 31

ESCP
EUROPE
BUSINESS SCHOOLS

DAUPHINE
UNIVERSITÉ PARIS

PROCHAINEMENT

- **Certificat Leadership**
- **Certificat Digital Analytics**

Programmes bientôt disponibles sur www.ccmbenchmark.com/institut

PROGRAMME CERTIFIANT MARKETING DIGITAL



Aujourd'hui, vous êtes

- Directeur/responsable marketing et/ou communication
- Chef de projet marketing et communication, chef de produits
- Chargé de clientèle en agence de communication ou de design

Vos objectifs professionnels

- Définir la place du digital dans votre stratégie marketing-communication
- Savoir la décliner en termes d'objectifs et de KPIs
- Définir les dispositifs de présence sur Internet (web, médias sociaux, mobile)
- Maîtriser les fondamentaux opérationnels de chaque sujet

Vos bénéfices

Chaque module du programme comporte :

- Les fondamentaux sur chaque sujet délivrés par des experts de haut niveau et en activité
- Des apports méthodologiques
- Des ateliers de travail
- Des études de cas approfondies
- Des invités témoins

JOUR 1
La nouvelle donne du marketing
à l'heure du web

JOUR 2
Intégration du digital dans la
stratégie de l'entreprise

JOUR 3
Être trouvé sur Internet :
Les stratégies sur les moteurs
de recherche

JOUR 4
Stratégie
Média Branding

JOUR 5
Définir et gérer sa présence
sur les médias sociaux

JOUR 6
m-Marketing :
Les fondamentaux du
marketing mobile

JOUR 7
Les leviers d'acquisition :
Choisir, arbitrer, optimiser

JOUR 8
Data Driven
Marketing

JOUR 9
Pilotage
sur le digital

JOUR 10
Structurer, rédiger et défendre
son plan marketing digital

JOUR 11
Restitution des plans
e-marketing

" Grâce au certificat marketing digital, j'ai mené avec succès la refonte de notre site web et appris à optimiser mes négociations avec les agences web, SEO et SEA. Nos résultats s'en sont ressentis de manière sensible : +67% de CA sur N-1 et un taux de conversion en nette progression."

Séverine Peschier,
Responsable
e-commerce et
export Asie &
Russie,
**BRUN DE VIAN-
TIRAN**

Vos directeurs scientifiques



Sandrine Macé

Professeur au département marketing de l'ESCP Europe, Sandrine Macé est directeur scientifique de la Chaire IoT (Internet of Things) parrainée par Schneider Electric et Valeo et responsable de l'option IoT. Elle est directeur scientifique de l'Executive Mastère Spécialisé en Marketing et Communication à l'Ecole Supérieure des Affaires de Beyrouth.



Hervé Druetz

Consultant marketing intégré.

Après un parcours chez Capgemini et en agence média, il rejoint le groupe américain CMP media inc. où il assume successivement des fonctions de directeur du marketing, d'éditeur, de directeur général pour la France et enfin de vice-président Europe.

Il fonde en 2004 la société Kerops, une structure spécialisée en webmarketing-webanalytics qui intervient auprès de grands comptes français et étrangers sur l'intégration d'Internet dans les stratégies des marques.

Comment s'inscrire à ce programme certifiant ?

Sélection : Ce programme est accessible sur sélection après une étude détaillée de votre dossier de candidature (CV + LM) afin de valider la cohérence entre votre parcours, vos motivations et votre projet professionnel.

Lieu : Paris

Durée : 11 jours - 77 heures

Rythme : 2 jours par mois

Tarif : 7 900 € HT

Vos contacts



Ségolène Cicuto

01 49 23 58 01

scicuto@escpeurope.eu



Samantha Marciszwer

01 47 79 51 08

formation@ccmbenchmark.com

Votre certificat

Vous pouvez obtenir le certificat CCM Benchmark-ESCP Europe en rédigeant et soutenant avec succès un plan e-marketing face à un jury composé de vos directeurs scientifiques et d'un professionnel.

CERTIFICAT EXPÉRIENCE CLIENT

En partenariat avec l'AFRC, l'AMARC et l'AACC

Aujourd'hui, vous êtes

- Dirigeant, directeur marketing ou commercial
- Spécialiste de la relation client, responsable des fonctions concernées par le management de l'expérience client (ressources humaines, communication interne, systèmes d'information, qualité, digital...)

Vos objectifs professionnels

- Offrir à vos clients une expérience attractive et pertinente, cohérente sur l'ensemble des canaux et différente de vos concurrents
- Maîtriser les méthodes et les outils du management de l'expérience client dans des contextes culturels variés
- Développer une vision commune des enjeux, permettant d'aligner les priorités de l'ensemble de vos collaborateurs autour du client

Vos bénéfices

Chaque module du programme comporte :

- Les fondamentaux sur chaque sujet délivrés par des experts de haut niveau et en activité
- Des apports méthodologiques
- Des ateliers de travail
- Des études de cas approfondies
- Des invités témoins

JOUR 1

Elaborer une stratégie client

JOUR 2

Cas d'étude et application aux projets des participants

JOUR 3

Mobiliser l'entreprise autour du client

JOUR 4

Bien réussir son projet de transformation de l'expérience client

JOUR 5

Connaître ses clients

JOUR 6

Modéliser l'expérience client et développer des parcours gagnants

JOUR 7

Gérer la satisfaction et les réclamations

JOUR 8

Se différencier par les services et les communautés de clients

JOUR 9

Concevoir un référentiel client et choisir une plateforme

JOUR 10

Tirer parti de la convergence entre CRM et médias

JOUR 11

Restitution des projets professionnels

Vos directeurs scientifiques



Pierre Volle

Professeur de Marketing & Stratégie à l'Université Paris-Dauphine. Il est l'auteur de plusieurs ouvrages, dont « E-commerce. De la stratégie à la mise en œuvre », « Marketing Digital », « Gestion de la relation client », « Stratégie Clients », aux éditions Pearson Education France.



Aïda Mimouni

Maître de Conférences en marketing à l'Université de Cergy-Pontoise. Ses domaines d'expertise portent sur la segmentation et la conception des programmes de fidélité et l'optimisation des effets des prospectus en grande distribution. Ses travaux ont fait l'objet de publications dans des revues françaises (Recherche et Applications en Marketing, Décisions Marketing) et internationales (Journal of Business Research, Journal of Retailing and Consumer Services, International Journal of Retail and Distribution Management).

Comment s'inscrire à ce programme certifiant ?

Sélection : Ce programme est accessible sur sélection après une étude détaillée de votre dossier de candidature (CV + LM) afin de valider la cohérence entre votre parcours, vos motivations et votre projet professionnel.

Lieu : Paris

Durée : 11 jours - 77 heures

Rythme : 2 jours par mois

Tarif : 6 900 € HT

Votre contact



Samantha Marciszwer

01 47 79 51 08

formation@ccmbenchmark.com

Votre certificat

À l'issue de la formation, après évaluation des connaissances acquises et du rapport de synthèse, CCM Benchmark et l'Université Paris-Dauphine remettent le certificat Expérience Client aux participants ayant complété le cycle.

« Le suivi de cette formation m'a permis de construire une stratégie client avec méthode et de connaître tous les facteurs clés de succès pour construire une expérience client réussie ! Je n'ai plus qu'à mettre en œuvre mon projet professionnel « Fidéliser par l'excellence de service » pour répondre à l'ambition de KERALIS ! »

Sandra Chane-Tune,
KERALIS

FOCUS SUR LA FORMATION DATA MARKETING

Cette formation, animée par Olivier Lagrandeur, s'adresse à tous les professionnels du marketing et de la communication qui souhaitent se doter d'une bonne compréhension des enjeux sur la donnée marketing, trouver des solutions pratiques pour exploiter au mieux les données présentes dans leur entreprise et y trouver de la valeur.

INTERVIEW D'UN EXPERT

Samuel Profumo



CDO du Groupe Figaro - CCM Benchmark

Samuel est en charge des projets Data, CRM & Analytics. Il a pour mission la valorisation des données dans le cadre des activités éditoriales, marchandes et publicitaires du Groupe.

1/ Pourquoi les enjeux sur les données marketing ont changé ces dernières années ?

Nous avons assisté à une croissance exponentielle des données disponibles. Le marketing s'est très fortement digitalisé. Avant, nous avions un planning stratégique qui reposait sur des médias traditionnels avec des données qui provenaient essentiellement des études d'audiences. Mais les plans marketing digitaux ont généré énormément de données, principalement des données sur les canaux d'acquisition, notamment avec les Adwords.

Partant de ce constat, il y a un impératif de formation pour les professionnels du marketing : il faut maîtriser les outils qui permettent de centraliser les données marketing produits sur les différents canaux, les analyser, et développer des solutions de type intelligence artificielle pour gérer en temps réel la prise de décision sur ces volumes de données considérables.

2/ En quoi le data marketing est crucial dans la transformation digitale d'une entreprise ?

Précédemment on travaillait sur un ciblage sociodémographique. Le data marketing apporte aujourd'hui une nouvelle dimension de la relation client parce qu'il y a une convention de marché, qui est le ciblage de la personne, ou en tout cas de groupes d'individus beaucoup plus restreints. C'est la personnalisation du produit et de l'expérience client qui fait le succès de la plupart des grandes entreprises qui émergent maintenant, notamment des pure players digitaux. Donc il faut avoir cette capacité de maîtriser les outils de data marketing pour pouvoir à la fois façonner les canaux d'acquisition et de fidélisation dans la relation client mais aussi pour pouvoir penser un produit qui réponde aux différentes attentes de sous populations.

3/ Peut-on exploiter des données tout en rassurant ses clients ?

Je pense qu'il faut voir la data au sens large. Un directeur marketing va devoir améliorer son produit, le décrire, le mettre en avant sur son site e-commerce, présenter les caractéristiques qui vont intéresser les internautes... Pour cela il ne va pas seulement utiliser les données clients, mais également les données fournisseurs, les données de l'entreprise dans son fonctionnement, les données des employés et des catalogues produits.

Mais concernant les données des clients, nous sommes aujourd'hui dans un cadre favorable avec la réglementation européenne. La plupart des directions marketing vont dans la direction de la mise en conformité, cela crée des conditions de confiance vis-à-vis des internautes.

FOCUS SUR LA FORMATION STRATEGIE D'IA POUR L'ENTREPRISE

Cette formation, animée par Raphaël Richard, propose aux cadres dirigeants de prendre du recul et de mieux comprendre les usages concrets de l'intelligence artificielle pour leur entreprise et comment l'intégrer à leur stratégie digitale, leurs sites et applications, mais aussi à leurs produits eux-mêmes.

INTERVIEW D'UN EXPERT

Antoine Crochet-Damais



Journaliste du JDN

Journaliste depuis 15 ans, il est en charge des rubriques du JDN sur l'intelligence artificielle et le cloud. Titulaire d'un master à l'université Concordia de Montréal, il a

débuté sa carrière au Crédit Lyonnais Suisse où il était en charge des sites web de la banque.

1/ Pourquoi les entreprises doivent se pencher sur les problématiques nouvelles de l'IA et démêler le vrai du faux ?

Il faut s'entendre sur le terme IA car il y a différentes définitions. Les scientifiques parlent d'un système intelligent autonome (voitures ou drones autonomes, etc.). Mais pour la plupart des entreprises, on parle simplement de machine learning (ML), c'est-à-dire un système informatique auto-apprenant, qui va permettre d'analyser des volumes de données importants.

Aujourd'hui les entreprises doivent impérativement s'intéresser au ML afin d'affiner leur relation clients en les comprenant mieux.

Cette technologie leur permettra d'analyser plus efficacement leur segmentation en se basant sur les historiques commerciaux. Elles pourront ainsi proposer des offres marketing différentes tout en anticipant un comportement client, et se projeter dans l'avenir. Vers quel type de produit mon client ira demain ? On prédit un comportement client grâce à des algorithmes, des signaux faibles. C'est-à-dire des

signaux qui ne sont pas forcément visibles par les humains.

Mais attention l'IA n'est pas automatique en elle-même, c'est une vraie démarche, un vrai travail de projet. La qualité des données est essentielle pour réussir.

2/ Que peut apporter l'IA au e-commerce aujourd'hui ?

On peut désormais créer des segmentations clients et visiteurs sur un site d'e-commerce à la fois en fonction d'un historique de ventes et d'un historique commercial mais aussi au regard du comportement de navigation du client sur le site.

Grâce à cet historique global d'audience et de trafic, le ML va ranger le client dans un segment et lui pousser des produits qui peuvent l'intéresser selon son comportement et des calculs de corrélations permettant d'affiner son profil.

Le ML permet donc de développer des applis e-commerce personnalisées comme du personal shopper, ou pousser des réponses personnalisées à des requêtes en fonction d'un profil et d'un historique d'achat et de navigation.

3/ Comment le parcours client va en être impacté et stimulé ?

L'intelligence artificielle va permettre d'affiner le reciblage publicitaire cross canal dans de nombreux domaines professionnels. Appliquées au traitement du langage, les technologies d'IA donnent aussi naissance à de nouvelles expériences conversationnelles, comme les chatbots. Ils permettent de proposer sur les sites et applications mobiles de nouvelles interfaces d'interaction textuelle ou vocale. Ce qui ouvre de toutes nouvelles perspectives en matière de gestion du parcours client.

NOS PRINCIPES DE RESPECT DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

1- SOCIÉTAL

- Développer la formation tout au long de la vie
- Assurer la sécurité de l'emploi et des parcours professionnels
- Intégrer la dimension de la qualité de la vie au travail
- Promouvoir la diversité et l'égalité des chances
- Favoriser l'accès à la formation



2- ÉCONOMIQUE

- Assurer la pérennité de l'organisme de formation et réaliser les investissements nécessaires
- Mener des programmes de recherche, développement, innovation
- Intégrer la dimension territoriale dans le développement de son activité (recrutement, politique d'achats, partenariats...)
- Maintenir durablement la compétence des collaborateurs



3- ENVIRONNEMENTAL

- Promouvoir les pratiques éco-citoyennes visant à :
 - Economiser et préserver les ressources (eau, énergie, papier)
 - Favoriser les modes de transports les plus respectueux de l'environnement
 - Réduire et recycler les déchets
- Favoriser la dématérialisation

4- GOUVERNANCE

- Promouvoir en interne les enjeux du développement durable
- Identifier, anticiper, gérer les risques (financiers, fiscaux, sociaux, environnementaux, de sécurité, etc...)
- Sensibiliser ses partenaires au développement durable
- Privilégier les relations constructives, loyales et participatives avec ses parties prenantes (salariés, clients, fournisseurs et co-traitants, actionnaires...)



GROUPE FIGARO
CCM Benchmark



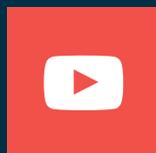
RESTONS CONNECTÉS



@CCMBenchmark



CCM Benchmark
Institut



CCM Benchmark
Institut



CCM Benchmark

www.ccmbenchmark.com/institut