

Opleiding : Big Data en marketingstrategie, -gebruik en -implementatie

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. BAD

Prijs : 1360 € V.B.

De productie en analyse van gegevens staat nu centraal bij strategische bedrijfsbeslissingen. Deze cursus helpt je de voordelen van Big Data te begrijpen, met name als het gaat om het analyseren van verbruik en klanttrajecten via verschillende kanalen met behulp van segmentatie- en scoringtechnieken.

Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Inzicht in de bijdrage van Big Data voor bedrijfsafdelingen
- ✓ Het belang begrijpen van het verwerken van gestructureerde en ongestructureerde gegevens
- ✓ De belangrijkste use cases identificeren
- ✓ De methoden verwerven voor het opstellen en implementeren van een Big Data-governancestrategie

Doelgroep

Webmarketingmanagers, digitale managers, directeuren en managers van bedrijfseenheden en/of KMO's, verkoopdirecteuren en relatiebeheerders.

Voorafgaande vereisten

Geen speciale kennis vereist.

Praktische modaliteiten

Casestudy

Bestudering van praktijkcases gekoppeld aan toepassingen in de webmarketing en het digitale veld.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Webmarketingmanagers, digitale managers, directeuren en managers van bedrijfseenheden en/of KMO's, verkoopdirecteuren en relatiebeheerders.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Geen speciale kennis vereist.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 De oorsprong en uitdagingen van Big Data begrijpen

- Oorsprong van Big Data: groei en diversiteit van gegevens.
- Definitie van Big Data.
- Waarde creëren voor het bedrijf.
- Waarom voldoet BI niet aan de uitdagingen van Big Data?

Groepsdiscussie

Reflectie op de "waarde" van Big Data en de verschillen tussen BI en Big Data.

2 Gegevens verwerken en analyseren

- Beheer gestructureerde gegevens met een speciaal platform.
- Beheer ongestructureerde gegevens met een intern of extern Big Data platform.
- Gegevensanalysemethoden voor Big Data: Datamining.
- Beschrijving methoden.
- Classificatiemethoden.
- Schattingsmethoden.
- Prognosemethoden.
- De lineaire regressiemethode.

Casestudy

Analyses lezen en overdenken die zijn gemaakt met R-software.

3 Big Data-gebruiksgevallen identificeren

- Het belang van Datavisualisatie, Computer Graphics en Ergo Design.
- Het meten van e-reputatie en merkbekendheid.
- Meten van klantervaring en -tevredenheid, optimaliseren van het klanttraject.
- Maak klantsegmentatie op basis van waarde, potentieel, gedrag en behoeften.
- Het meten van de ROI van beïnvloeders en de effectiviteit van Social Business programma's.
- De toegevoegde waarde van verschillende digitale kanalen identificeren.
- De ROI van marketingcampagnes optimaliseren.

Casestudy

Studie van voorbeelden van use cases. Analyse van e-reputatie en klantenkennis.

4 De Big Data-strategie vormgeven

- De belangrijkste factoren voor het succes van een Big Data project.
- De belangrijkste risico's die beoordeeld moeten worden.
- Diagnosticeer de volwassenheid van het bedrijf en het potentieel voor verandering.
- Bepaal de bedrijfsdoelstellingen en het beoogde gebruik van Big Data.
- De strategie sturen en een geschikte organisatie opzetten.
- Stel een technologiebewakingsplan op.
- Het technische ecosysteem beheersen, vaardigheden mobiliseren en onderhouden.

Praktisch werk

Creatie van dynamische visualisaties met behulp van toonaangevende tools.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

Opties

: 190€ HT

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 26 maa., 28 mei, 8 okt.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 26 maa., 28 mei, 8 okt.