

RGPD : CONNAÎTRE ET IMPLÉMENTER LES OBLIGATIONS DANS VOS PRATIQUES MARKETING

Se mettre concrètement en conformité

1 JOUR, 7 HEURES

TRANSFORMATION
NUMÉRIQUE

CODE : UDTD09

Objectifs de la formation

Décrypter les obligations du RGPD au regard de vos pratiques marketing

Traduire les exigences du RGPD dans vos processus marketing

Construire une méthodologie de mise en conformité avec le règlement européen sur la protection des données

Disposer d'une vision globale du numérique et de ses enjeux réglementaires dans le marketing

Assurer la gestion des données, sous-traitants inclus

Parmi nos formateurs

- AVIGNON Céline
Avocate à la Cour d'appel de Paris,

Public concernés

- Chef d'entreprise, directeur marketing, directeur activité numérique, directeur commercial, responsable marketing, chargée de marketing, responsable CRM, DPO, Data Manager

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Le règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD) est entré en vigueur le 25 mai 2018. Il oblige toutes les entreprises qui collectent des données personnelles à déployer de façon concrète une procédure et culture de conformité Informatique et libertés performantes. Ainsi, pour éviter toute sanction de la CNIL et respecter les exigences de protection des données, les entreprises doivent connaître, traduire au niveau opérationnel et mettre en œuvre le RGPD, notamment dans leurs pratiques marketing.

Numérique : retour sur les enjeux majeurs pour les fonctions marketing

- Panorama des nouvelles technologies au service des marketeurs

- La donnée : intégrer ses enjeux colossaux
- Appréhender le cadre juridique en mutation autour de la gestion de la data
- Faire le point sur les contraintes et les opportunités du GDPR / RGPD pour le business
- Focus sur les sanctions financières et le contrôle de la CNIL

GDPR / RGPD : intégrer les obligations relatives aux pratiques marketing

- Revenir sur les principes fondamentaux à respecter : principe de licéité ; principe de finalité ; principe de légitimité ; principe de proportionnalité
- Connaître les nouvelles obligations de collecte des données : l'information préalable, recueillir le consentement, gérer les droits des personnes concernées (droit à la limitation du traitement, droit à l'oubli et à l'effacement des données, droit à la portabilité des données)
- Exploitation et traitement des données : respecter les nouveaux principes réglementaires de pertinence de la collecte, de sécurité des données, de flux transfrontières de données, de data sharing (monétisation et échanges des données)

Implémenter ces nouvelles contraintes juridiques: méthodologie de mise en conformité

- Comment gérer les bases de données : cycle de vie des données clients, durées de conservation
- Maîtriser les procédés opérationnels de pseudonymisation des données en interne
- Assurer la traçabilité des traitements et renseignement des clients : profiling, segmentation, ciblage personnalité, traitement de données massives
- Faire le point sur la responsabilité des fournisseurs et sous-traitants lors de la collecte et du traitement de données
- Assurer une communication régulière entre les services marketing, client, e-business, digital et le service juridique et/ou DPO
- Revoir ses pratiques d'activation des clients/prospects : prospection commerciale par courrier électronique ; prospection commerciale par téléphone ; géolocalisation ; notifications sur smartphone

Zoom sur l'encadrement du Big data et du profilage

- Big data, smart data, algorithmes: définitions, règles à respecter, bonnes pratiques d'usage
- Cas pratique : le cas du scoring marketing
- Faire le point sur la notion de profilage : différencier profilage produisant ou non des effets juridiques ; connaître les contraintes juridiques qui s'appliquent

CAS PRATIQUE Le cas du cookies matching

Dates

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la

formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.