SMART DATA & CONNAISSANCE CLIENTS

Optimisez vos données clients pour booster vos performances

03/12/2015 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Avec la participation exceptionnelle de Facebook et Auchan
- Plus de 15 dirigeants et experts pour échanger sur vos défis opérationnels
- Une analyse en profondeur des opportunités actuelles en termes de Big Data

Conférence animée par Yves PUGET, Directeur de la Rédaction de LSA

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE

La personnalisation via la data | Témoignage exceptionnel de Facebook sur leurs 10 ans de Big Data

Les meilleures approches pour tirer parti du Big Data en grande consommation

- Typologie des projets liés à la connaissance clients, potentiels du Big Data: les points clés de l'étude menée par le SNCD
- Collecte et analyse, protection et sécurisation des données, ROI... : quels enjeux et perspectives de croissance
- Stratégie de data management: opportunités et freins dans la mise en place

Identification d'insights et segments de marché, marketing ciblé et personnalisé : la nouvelle exploitation des données dans le retail

- Explorer les consommateurs de manière inédite : retour d'expériences d'un retailer spécialisé
- Le 1 to 1, une réalité en 2015 ?
- Complexité des systèmes d'information, organisation de l'entreprise, changement de culture d'entreprise... : quels sont les défis à relever et difficultés dans la mise en œuvre terrain

Pause

Organiser la Data pour obtenir un avantage concurrentiel

- Différencier le Big Data des données exploitées jusqu'à présent
- Exploitation de la data : comment gagner ou conserver votre avantage concurrentiel
- Domaine commercial et relations clients : les contraintes à anticiper pour coordonner investissement et choix stratégiques avec vos données

Analyse des « avis »: améliorer la satisfaction et la fidélisation clients

- Qui sont les clients ? quelles sont leurs attentes ? sont-ils satisfaits des produits et services... : décortiquer l'intégralité des verbatims clients sur les

réseaux sociaux en temps réel

- Identifier les sources d'irritation et mettre en place des actions opérationnelles ciblées
- Témoignage sur le lancement de « Voice of the Guests » du Groupe Accor

---

ALLOCUTION DE CLÔTURE

Comment mettre en place un environnement décisionnel connecté à l'ensemble des métiers de l'entreprise

- Suivi opérationnel, connaissance client, pilotage des ventes et de l'approvisionnement… : améliorer les analyses entre les différents métiers
- Intégrer le commerce prédictif à votre stratégie Big Data pour proposer une offre cross-canal adaptée
- Les défis à relever d'ici à 2016 : la vision de l'enseigne Babou

FIN DE LA MATINEE

Avec la présence exceptionnelle de

- **ARNOUX Olivier**, Directeur Expérience & Satisfaction, **GROUPE ACCOR**
- **GIMARET Grégoire**, Directeur commercial sur le secteur du Retail, **FACEBOOK FRANCE**
- **HAEGEL Catherine** , Directrice Marketing Consommateurs , **YVES ROCHER FRANCE**
- **LEGEAY David**, DSI, **BABOU**

Qui participe à cet événement

- Directeurs généraux et directeurs adjoints, Directeurs et responsables marketing, Directeurs et responsables CRM, Directeurs et responsables des systèmes d'information, Managers business intelligence, Data scientists, Directeurs et responsables commerciaux, Directeurs et responsables Internet et e-business, Directeurs et responsables cross-canal/multi-canal, Social media managers, Directeurs et responsables retail, Responsables d'enseigne, Directeurs et responsables juridiques, Directeurs projet et chefs projet nouvelles technologies, Chefs de groupe…