

Acculturation Data : NOS CONVICTIONS



Militer pour une démarche data *customer-centric*

Remettre la data au cœur de sa stratégie marketing pour aller vers un ré-enchantement de l'expérience.

Il advient donc de considérer et d'exploiter la donnée client afin de lui proposer une expérience ultra-personnalisée :

- En définissant les meilleurs *touch points* et les meilleurs canaux de conversation
- En construisant des scores sur-mesure pour adapter sa stratégie d'activation de leads



Acculturer son organisation à la data

Développer une culture analytique est la première étape de la transformation digitale des entreprises.

Démontrez rapidement l'utilité évidente des données en prenant des exemples du quotidien. L'investissement dans des initiatives Big data, comme la création d'un data lab, peut être un excellent moyen d'inculquer une culture data dans l'organisation et favoriser ainsi la montée en compétences sur un questionnement analytique.



Définir la gouvernance des projets

Activer un sponsorship efficace et mettre en place des instances capables de piloter des projets liés à la data est déterminant pour en garantir leur succès.

Evangélisez le top management pour inspirer un changement profond. Réunissez plusieurs entités et des équipes pluridisciplinaires au sein de mêmes projets et autour d'objectifs communs.



Démocratiser l'accès à la donnée

L'accès aux données doit être généralisé, simplifié et accessible de manière autonome pour permettre à chaque direction de réaliser des analyses pertinentes avec une vision client 360°.

Il est nécessaire pour cela de référencer, traiter et rendre visuellement accessible la data, en prenant une première action forte : casser les silos de données provoqués par les différents outils.



Assurer continuellement sa conformité

La protection des données et le respect des droits des utilisateurs sont au cœur des enjeux data.

Une réelle prise de conscience a été impulsée grâce au RGPD, il est désormais nécessaire de tenir une feuille de route afin de maintenir sa conformité en prenant en compte les nouvelles adaptations à venir comme la loi *E-privacy* et les réglementations sur l'utilisation des traceurs.