

**CRÉER, CODER,  
DÉVELOPPER.**



**esd**

**école  
supérieure  
du digital**



**[www.ecole-du-digital.com](http://www.ecole-du-digital.com)**

# MASTÈRE DATA MARKETING



## Formation en alternance

UN JOUR PAR SEMAINE, 8 SÉMINAIRES D'UNE SEMAINE

*90% des données mondiales ont été créées au cours des deux dernières années. Et le volume de Data double tous les trois ans.*

Toute entreprise qui souhaite rester dans la course n'a plus d'autre choix que de collecter, analyser et protéger ses données, pour optimiser ses produits ou services, pour garder une longueur d'avance sur ses concurrents, mais aussi pour garder la confiance de ses clients ou utilisateurs.

### SE PRÉPARER AUX MÉTIERS DE LA DATA

Le Data Analyst collecte, structure et interprète les données sur le comportement des utilisateurs. Il modélise l'architecture des bases de données, met en place des tableaux de data-visualisation, et propose des recommandations pour optimiser l'expérience utilisateur, la performance des campagnes de publicité ou le taux de conversion.

**Les métiers de Data Manager, consultant Data, Media Trader, Performance Analyst ou Web-analyste constituent également des débouchés naturels à cette formation.**

### LA DATA AU SERVICE DU MARKETING

Cette formation de deux ans en alternance combine les enseignements au long cours un jour par semaine, et des semaines de projets ou de séminaires thématiques autour de l'Open Data, de la RGPD, du machine learning, des nouveaux business models, etc.

L'accent sera aussi bien mis sur la maîtrise des langages de programmation, sur la pratique des outils de Data Visualisation, que sur la modélisation et la gestion des données.

Et parce que la Data analyse est au service de l'innovation et de l'optimisation de l'entreprise, **le marketing et la stratégie occupent une part essentielle de la formation.**

Vous passerez également plusieurs certifications (Google Analytics, AT Internet, Dolist...) incontournables aux yeux des professionnels.

### VOYAGER ET ENTREPRENDRE

**En plus des 450 heures de formation par an, ce Mastère donne également accès, sur sélection :**

- au Start-up Lab, l'incubateur de start-ups de l'ESD (100 heures de mentorat : business plan, lean canvas, statuts juridiques, financement...) → [voir page 35](#)
- au voyage d'études aux États-Unis (places limitées) → [voir page 28](#)

### PRÉREQUIS

Pour intégrer le Mastère Data Marketing en alternance, vous devez avoir validé au minimum un cursus de premier cycle (Bac+3) en relation avec le digital ou le marketing. Vous êtes structuré, avez le goût de l'informatique et des chiffres, vous aimez comprendre et anticiper les comportements.

Si vous venez d'un autre domaine d'activité, nous proposons un cycle intensif de 5 mois pour acquérir les prérequis de cette formation exigeante.

→ [voir page 64](#)

Une admission en 2<sup>e</sup> année est également possible pour les titulaires d'un Bac+4 spécialisé en web-marketing ou en UX.



## PROGRAMME DE FORMATION

### SOFT SKILLS - Unité d'évaluation 1

#### ANNÉE 1

2 ECTS

- Business English
- Pitch

#### ANNÉE 2

2 ECTS

- Business English
- Pitch

### OUTILS & ENVIRONNEMENTS TECHNIQUES - Unité d'évaluation 2

#### ANNÉE 1

9 ECTS

- Data Vizualisation
- Langages de programmation
- Audit
- Plateformes et logiciels data
- Séminaire de rentrée : l'opportunité de la data au service du marketing

#### ANNÉE 2

11 ECTS

- Audit
- Langages de programmation
- Plateformes et logiciels data
- Séminaire Machine Learning et introduction à l'IA
- Open Data Week

### MANAGEMENT DES DONNÉES - Unité d'évaluation 3

#### ANNÉE 1

8 ECTS

- Panorama & typologie des données
- Data Analyse
- RGPD Camp
- Méthodes de collecte, d'agrégation & de réconciliation

#### ANNÉE 2

5 ECTS

- Réconciliation & onboarding
- Segmentation & Enrichissement des données
- Data Analyse

### STRATÉGIE ET VALORISATION DE LA DATA - Unité d'évaluation 4

#### ANNÉE 1

8 ECTS

- Leviers d'acquisition
- E-commerce
- Marketing Automation
- Inbound Marketing
- Data Camp (et certification AT Internet)

#### ANNÉE 2

12 ECTS

- Marketing Prédicatif
- Marketing de l'intention, marketing de précision
- Data-driven advertising
- Nouveaux business models
- Business Week
- Marketing Automation Week (et certification Dolist)
- Certifications Google Adwords & Analytics

### CONCEPTION & RÉALISATION DE PROJETS - Unité d'évaluation 5

#### ANNÉE 1

15 ECTS

- E-commerce Camp (et certification Prestashop)
- CRO camp
- Data consulting
- Media Camp

#### ANNÉE 2

12 ECTS

- Projet Marketing relationnel
- Projet Transformation digitale
- Hackathon

### INSERTION PROFESSIONNELLE - Unité d'évaluation 6

#### ANNÉE 1

18 ECTS

- Digitalk Sessions
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

#### ANNÉE 2

18 ECTS

- Grand Entretien
- Coaching professionnel
- Stage alterné ou Contrat de professionnalisation

# ANALYSER LA DATA À TRAVERS DES CAS CONCRETS

LES PROJETS & SÉMINAIRES DU MASTÈRE DATA MARKETING

## SÉMINAIRE DE RENTRÉE

Cette semaine introductive pose les enjeux et décrypte les opportunités de la révolution data au service du marketing. Un séminaire structurant pour acquérir les bases nécessaires à la suite du cursus.

## DATA CAMP

Une semaine pour **vous sensibiliser aux enjeux stratégiques de la data** et vous faire monter en compétence sur les outils de collecte, de mesure et d'analyse. **En partenariat avec AT Internet**, acteur mondial dans la Digital Intelligence, **vous passez la certification AT Internet Student.**

*L'ESD a été la 1<sup>re</sup> école à faire bénéficier ses étudiants de cette certification reconnue, et atteste encore aujourd'hui des meilleurs scores enregistrés.*

## RGPD CAMP

Le **Règlement Général sur la Protection des Données** bouleverse en profondeur les entreprises qui collectent ou monétisent les données de leurs utilisateurs. Une semaine pour devenir incollable sur le **droit en vigueur et les bonnes pratiques**, assortie d'**ateliers pour résoudre des cas concrets.**

## E-COMMERCE CAMP

Du choix du CMS à l'optimisation du parcours client, en passant par l'A/B Testing, le m-commerce... vous verrez **toutes les tendances du e-commerce**, réaliserez un audit pour le compte d'un vrai e-commerçant et lui proposerez des **recommandations sur la base de vos analyses data.**

## MEDIA CAMP

Parce que le web-analyste peut être amené à **analyser l'impact des campagnes publicitaires** en ligne, ce séminaire thématique approfondit votre connaissance de **l'univers du digital advertising** : écosystème agences/régies/annonceurs, nouveaux formats publicitaires, droit des médias, etc.

## CRO CAMP

Une compétition d'une semaine pour **résoudre la problématique "Conversion Rate Optimization" d'un vrai client.** Un travail de consultant data vous attend pour proposer la meilleure stratégie !

## DATA CONSULTING

Un projet d'une semaine avec un vrai client pour mettre en place **une stratégie data-driven cohérente** et plug and play. L'occasion d'**embrasser le rôle de consultant** et d'évangéliser avec pédagogie l'utilisation du data marketing dans une entreprise plus "traditionnelle".

Exemple : "Comment utiliser les compteurs d'eau connectés pour créer une véritable relation client" pour **Veolia.**

## DIGITALK SESSIONS

C'est **en duo avec votre tuteur** d'alternance que vous effectuerez votre soutenance de stage. L'occasion de faire le bilan d'un an d'expérience professionnelle, soutenu par ceux qui vous ont accompagnés. Le rapport de stage écrit prend quant à lui la forme d'un site web que vous concevrez de A à Z.





### SÉMINAIRE MACHINE LEARNING ET INTRODUCTION À L'IA

Anticiper les comportements de ses utilisateurs, améliorer le ciblage ou l'expérience client... **les atouts du machine learning et de l'intelligence artificielle sont nombreux pour le marketing.**

Une semaine pour se plonger dans le monde de demain et comprendre les enjeux de ces nouvelles technologies.

### PROJET MARKETING RELATIONNEL

Un vrai client vous consulte pour **mettre à plat sa stratégie de marketing relationnel**. Après un audit des données disponibles et des usages des prospects et clients, vous recommanderez un plan d'action "CRM" (customer relationship management) incluant le choix des outils et du workflow pour optimiser la collecte et l'activation des données clients.

### OPEN DATA WEEK

Savoir **identifier et exploiter les opportunités des Datasets publics**, tel est l'enjeu de cette semaine Open Data. Conférences, ateliers pratiques, point juridique, focus Smart City, jalonnent ce séminaire.

### MARKETING AUTOMATION WEEK

Une semaine pour découvrir les enjeux stratégiques de l'automation marketing et monter en compétence sur les **outils d'acquisition prospect, d'emailing et de sms personnalisés**. En **partenariat avec Dolist**, grand acteur français du marketing relationnel, **vous passerez la certification de leur outil.**

### BUSINESS WEEK

Un séminaire thématique pour ancrer vos projets dans la réalité économique et tenir compte du marché. Vous apprendrez à **faire un business plan, un bilan comptable, et comprendre la gestion et la fiscalité des entreprises ou les cycles de financement d'une start-up...**

### TRANSFORMATION DIGITALE

Une semaine pour **proposer le plan de transformation digitale d'une entreprise** : nouveaux outils, nouveaux services, nouveaux business models...

*Quelques partenaires : le magazine Rock'n Folk, le magazine Chasseur d'Images*

### GRAND ENTRETEN

La formation s'achève par **une simulation d'entretien d'embauche animée par 2 professionnels de votre spécialité**. Vous aurez au préalable conçu, sous forme de site web, un mémoire autour d'une problématique métier, ce qui vous permettra **d'améliorer le « story-telling » de votre CV**, et de **prendre conscience de la singularité de votre expertise.**





**ēsd**

ēcole  
supérieure  
du digital

---

**PARIS**

18bis, av. de la Motte-Picquet - 75007 Paris  
+ 33(0)1 40 33 36 22  
[contact.paris@ecole-du-digital.com](mailto:contact.paris@ecole-du-digital.com)

---

**BORDEAUX**

11, place de la ferme Richemont - 33000 Bordeaux  
+ 33(0)5 56 40 98 30  
[contact.bordeaux@ecole-du-digital.com](mailto:contact.bordeaux@ecole-du-digital.com)

---

**LYON**

181, av. Jean-Jaurès - 69007 Lyon  
+ 33(0)4 37 28 13 20  
[contact.lyon@ecole-du-digital.com](mailto:contact.lyon@ecole-du-digital.com)