

2

Intégrer le RGPD dans les pratiques marketing



Objectifs pédagogiques

- » Maîtriser les impacts du RGPD sur les traitements marketing
- » Savoir implémenter les obligations dans des traitements couramment utilisés dans le cadre de l'activité marketing



Public concerné

Toute personne amenée à gérer un programme de mise en conformité RGPD dans le domaine du marketing ou de la communication



Compétences visées

- » Effectuer des traitements conformes aux obligations issues du RGPD



Niveau requis

Aucun



Langues

Français



Durée

3h30



Modalités

- Intra et inter organisme
- À distance



Tarif

458 euros TTC/personne



Programme

Introduction : retour sur les enjeux majeurs du numérique pour les fonctions marketing

- » Panorama des nouvelles technologies autour des marketeurs
- » Benchmark
- » Contraintes et opportunités pour le business

Partie 1 : Le cadre de la protection des données personnelles

- » Notions fondamentales
- » Les acteurs
- » Les principes à respecter
- » Focus Privacy by Design/by Default
- » Focus PIA

Partie 2 : Intégrer les obligations du RGPD aux pratiques marketing

- » Mener une campagne marketing conforme : cas du B2B et du B2C
- » Les droits des personnes concernées
- » Les durées de conservation
- » L'échange/l'achat de bases de données
- » Outils analytics : comment s'assurer que les outils sont conformes au RGPD ?
- » Profilage, scoring marketing, segmentation
- » Big Data, smart Data
- » Les bonnes pratiques
- » Focus sur les pratiques marketing : le parrainage et les jeux concours
- » Cas pratique