

RGPD, ePrivacy et marketing digital

sécuriser ses actions marketing en respectant la réglementation

Les formations « Stand'up » !

- Des formations conçues par des experts du digital !
- Une pédagogie innovante !
- Une acquisition de compétences via des mises en situation et des ateliers pratiques !
- Organisme de formation agréé Datadock et labellisé par l'AFNOR !

Objectif de la formation

Devenez un marketeur « GDPR friendly » (ou RGPD) en maîtrisant les fondamentaux juridiques et les obligations liées à la mise en place de traitements de données. Vous découvrirez également la face cachée du web et apprendrez à contrôler un écosystème digital source de nombreux risques mais aussi de formidables opportunités.

Durée : 2 jours

Prérequis : Connaissances marketing de base, bonne maîtrise de l'outil informatique

Public cible :

Cette formation s'adresse aux annonceurs, éditeurs ou régies souhaitant faire de la protection des données personnelles un avantage concurrentiel.

Fonctions concernées : Directeur.trice et responsable digital, chef de projet digital, Directeur.trice ou responsable e-commerce, webmaster, Directeur.trice et responsable communication, marketing, commercial, chargé d'acquisition, etc ...

Compétences acquises :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- déployer des actions marketing respectant la protection des données personnelles
- sécuriser le CRM (base prospects, clients, anciens clients)
- construire de nouvelles offres respectant le RGPD
- comprendre les enjeux du Délégué à la Protection des Données pour en faire un partenaire de son business

RGPD, ePrivacy et marketing digital

sécuriser ses actions marketing en respectant la réglementation

Programme

Jour 1 - matin : Les fondamentaux du RGPD

- Textes fondateurs
- Concepts clés
- Consentement et bases légales
- Droits des personnes
- Acteurs clés

Atelier : *des exercices et quizz sont proposés afin d'aider les participants à reconnaître une donnée personnelle, un traitement de données, un responsable du traitement ou un sous-traitant*

Jour 1 - après-midi : Outils de la conformité

- Registres
- Etudes d'impact
- DPO
- Politique de sécurité
- Violations de données
- Risques et contrôles

Atelier :

- *Réalisation d'une cartographie des traitements*
- *Réalisation d'un registre des traitements*

Jour 2 - matin : Marketing Digital

- Prospection commerciale
- Opt-in / Opt-out
- Cookies
- Ecosystème du marketing digital
- Maîtriser les risques
- Check-list RGPD

Jour 2 - après-midi : Cas pratique de fin de formation

Atelier : *Mise en oeuvre du Privacy by design par les stagiaires dans le cadre de la mise en place d'un nouveau traitement de données.*

Le stagiaire sera amené à réaliser la cartographie, mettre en place les fiches de registres, prévoir les actions vis-à-vis des sous-traitants, identifier les diligences à réaliser, les risques et mettre en place des procédures et un plan d'actions.