

Après avoir été l'un des premiers syndicats à oser le rapprochement de la logistique et du digital, le Sncd a tout naturellement décidé d'accompagner ses adhérents sur le marché prometteur du Big Data. Le Sncd organise ainsi, sous l'impulsion d'Arnaud Contival, Responsable de l'Atelier Big Data du Sncd et Président directeur général d'AID, des conférences, atelier et club :

CLUB DATA ANALYSTS

Vous êtes Dataminer, Data Analyst, Data Scientist, Responsable études...
Votre domaine d'expertise est l'analyse et l'exploration des données.
Modélisation, prédictif, scoring, Hadoop... ont pour vous un sens.

Le Sncd a créé pour vous le **CLUB DATA ANALYSTS**.

Ce Club se veut un espace de partage d'informations riches et variées entre les participants sur les dernières tendances et techniques, les bonnes pratiques et les évolutions de votre métier. C'est un espace d'échange, de collaboration entre praticiens dans le but de s'adapter et d'évoluer dans le secteur en plein essor du Big Data, et d'assurer le meilleur service à vos clients. Ce Club sera animé par Jérôme Mollier, Directeur du pôle Marketing Intelligence de Relatia et Stéphane Amarsy, co-fondateur et PDG d'Inbox.



Fort d'une formation en mathématiques appliquées et économétrie, **Jérôme Mollier** travaille depuis près de 15 ans dans l'analyse de données. Après avoir occupé le poste de Senior Manager dans le département Customer Insight de SoftComputing, piloté le service études et statistiques de Directinet et exercé ses compétences en freelance, il s'est associé à l'équipe dirigeante de Relatia en tant que directeur du pôle Marketing intelligence. En parallèle, il intervient comme enseignant en 3ème cycle à l'université Paris 1 (Panthéon-Sorbonne) et dans des écoles de commerce et digitales à Bordeaux.



Stéphane Amarsy a acquis 21 ans d'expérience en marketing relationnel grâce à des collaborations avec plus de 250 entreprises dans de nombreux pays. Ces connaissances se déclinent au sein d'Inbox au travers des systèmes d'information, du data mining/data scientist, des programmes de fidélité, de la rentabilité et des plans d'actions relationnels. Par ailleurs, il donne régulièrement des conférences sur le Marketing Relationnel et enseigne à la Toulouse School of Economics, à l'université Paris X - Dauphine, ...

ATELIER BEST PRACTICES DU BIG DATA

COMMENT INTÉGRER UNE DÉMARCHE BIG DATA MARKETING AU SEIN D'UNE ENTREPRISE EN CONFORMITÉ AVEC LA LÉGISLATION

Les projets Big Data entament leur phase de maturité avec plus de la moitié des directions marketing qui sont en cours de projet en 2014. Elles découvrent de nouvelles problématiques opérationnelles de collecte, d'analyse, ou de rapprochement de données client, personnelles ou anonymisées, issues de cookies, tags ou encore de la géolocalisation.

Comment appliquer à ces nouvelles pratiques le cadre législatif existant et anticiper ses évolutions ?

Le Sncd propose d'évoquer les pratiques techniques sous-jacentes « Big Data » (DMP, RTB, CDP, etc.), de mettre en perspective au regard de ce contexte juridique mouvant : ce qui est autorisé ou non, les points de vigilance à intégrer dans les développements de vos projets, et enfin nos recommandations pour assurer la conformité au cadre légal et déontologique.

COMMENT INTEGRER UN PROJET BIG DATA AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE : QUELS PROFILS, QUELLE DEMARCHE, QUELLE ORGANISATION, QUELS IMPACTS

Le Sncd propose d'étudier les impacts du Big Data dans l'entreprise : les nouveaux profils à intégrer, l'organisation de l'entreprise data centric, les démarches permettant de déployer des projets Big Data gagnants.

- Décryptage des nouvelles ressources : data scientist, data analyst, dataminer, etc. Quelle mission ? Quel rattachement ? Quelle latitude ?
- Du temps du produit au temps du client : comment organiser son SI en pensant plus client que produit ?
- Quelle démarche et quels outils mettre en place pour progresser rapidement et obtenir des résultats : datalab, data lake, agilité...



Ingénieur Supinfo et Master Glasgow Caledonian University, **Arnaud Contival** a d'abord évolué dans le monde du logiciel et du service à des postes de management chez Atos Worldline et Capgemini. Il y a dirigé des équipes internationales dans les domaines de la stratégie, de la data, du CRM et du ebusiness. Arnaud a pris en 2010 la direction de AID, société spécialisée dans le traitement, l'analyse, l'exploitation et la transformation des données en performance marketing. AID est redevenue indépendante en 2013 suite à un MBO. Arnaud est Administrateur du Sncd en charge de l'Atelier Big Data.

LE SNCD ET LE **BIG DATA**

NOS PROCHAINS RENDEZ-VOUS :

- **Club Data Analysts** : le 23 mars à 16h
- **Atelier Best practices du Big Data** : le 10 avril à 16h



Si vous souhaitez vous inscrire, merci de nous envoyer un email avec vos nom, société, fonction, email et téléphone à info@sncd.org. Les réunions auront lieu sur Paris. Le lieu ainsi que votre inscription vous seront confirmés en fonction du nombre de participants.

LE SNCD

Créé en 1933, **le Sncd, Syndicat national de la communication directe, de la data à la logistique**, est l'organisation professionnelle des prestataires de la communication directe et du marketing relationnel. Le Sncd et le Selced ont fusionné le 23 décembre 2014 et regroupent aujourd'hui près de 200 membres qui se sont engagés à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession.

Ces professionnels intègrent les nouveaux canaux de communication et les technologies performantes. Ils offrent des compétences étendues à l'ensemble des métiers représentés.



Rejoignez-nous

Pour adhérer, merci de demander votre dossier (ou de vous préinscrire) sur notre site www.sncd.org.

Pour tout dossier déposé avant le 30 avril : **réduction de 15 % sur la cotisation 2015** en précisant le code **BIG DATA 2015**.



sncd de la data à la logistique
syndicat national de la communication directe

68 boulevard Saint Marcel - 75005 PARIS

Tél. : 01 55 43 06 11

E-mail : info@sncd.org / Web : www.sncd.org

Copyright Sncd