

Segmentation client : methodes et mise en oeuvre

DATA & ANALYTIQUE

PRESENTIEL

14H

AVANCE

REF. FRM-DATA-ANALYTIQUE-085

INFORMATIONS CLES

| | |
|----------|------------------------|
| DUREE | 14h (soit 2.0 jour(s)) |
| MODALITE | Presentiel |
| LANGUE | FR |

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Concevoir et executer une segmentation client par clustering (K-means, CAH, DBSCAN). Interpreter et nommer les segments. Activer les segments dans un contexte marketing (ciblage, personnalisation, fidelisation).

PUBLIC VISE ET PREREQUIS

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION

Data scientists, data analysts marketing, responsables CRM ou fidelite souhaitant integrer le machine learning dans leur strategie.

PREREQUIS

Python de base (pandas, numpy). Notions de statistiques. Comprendre la notion de distance.

PROGRAMME DE LA FORMATION

Programme detaille disponible sur demande. Contactez-nous pour recevoir le programme complet de cette formation.

MODALITES DE FINANCEMENT

- OPCO
- Plan de developpement des competences

ACCESSIBILITE

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Contactez notre referent handicap pour toute demande d'adaptation.