

**Big Data : Collecte et valorisation des données à des fins marketing  
8H30 - 11H00 - SALON LIANCOURT (niveau +1)**

Affiner les offres pour proposer des solutions adaptées au client final. Tel est l'objectif de la plupart des entités financières dans le contexte de la personnalisation et du sur-mesure. Cette évolution, qui n'est pas sans enjeux puisqu'elle soulève des interrogations directement liées à la protection des données, constitue l'un des objectifs primordiaux du marché bancaire à l'heure actuelle. Comment évoluent les stratégies des entités financières dans ce domaine ? Quelles sont les questions soulevées dans une réglementation sur la protection des données en évolution ? La conférence permettra de faire le point sur ce sujet.

**PROGRAMME**

**Données : Quelles potentialités marketing pour les banques ?**  
Frédéric Perrin, Associé, Exton Consulting

**Utilisation de la donnée à des fins marketing : Le cadre juridique.**  
Frédéric Forster, Directeur du Pôle Constructeurs Informatiques et Télécoms, Vice-Président Réseau International Lexing, Chargé des Relations avec les Institutions Internationales et Régionales, Cabinet Alain Bensoussan

**De la connaissance client à la fidélisation, quels sont les leviers du Smart Data au service de la performance commerciale.**  
Laurent Lefranc, Responsable Analytics et Yohan Benqué, Directeur Business Development, Altares

**Valorisation du capital data au cœur des stratégies marketing et relation clients.**  
Laurent Vidal, Country Director France, MarkLogic

**L'intelligence artificielle pour décoder le Big Data : Parce que la valeur des données réside dans leur interprétation.**  
Frédéric Chapsal, Directeur Commercial France & Benelux, Yseop

**18% des organisations ont une vue unifiée de leurs clients, et vous ? Le big data vous donne les clés pour y arriver et vous différencier.**  
Mickael Bentz, Product Marketing Manager, ADOBE