



Omnicanal | Data Mining et RGPD

(2) 4.5

Posted on 23 décembre 2025 by St9ph
votre avis compte
[Total: 2 Average: 4.5]

? « C'est quoi le « Data Mining

Le data Mining ou **forage de données**, c'est la démarche de **collecte**, de **qualification** et **d'exploitation** des données. Tout cela, bien sur, se fera **en respectant la légalité**, notamment le **RGPD** mais aussi le reste de **la loi .Informatiques et Libertés**

! Euh ... je veux bien qu'on me réexplique pour **le RGPD aussi**

Règlement Général européen **sur la Protection des données** de 2016 (au JO du **25 Mai 2018** pour la France) pose **3 principes fondamentaux** à la collecte des données en B2C : **l'accord préalable, le droit d'accès et le droit à la suppression**. Mais on en reparle plus tard

Pour **votre prospection** et pour **votre relance clients**, le Data Mining sera **le carburant** qui vous permettra de **diffuser vos campagnes** (atteindre vos lead), **fidéliser votre clientèle** (en les ciblant avec des informations pertinentes) et **(d'anticiper les changements** (macro données de votre veille



Part d'IA /5 dans cet article

Sources ☁

Images □

Contenu ➡

: Temps de lecture□

minutes 27-18

|

mots 4 294

|

dernière modification le □

janvier 2026 18

Plan de l'article

[La Data Warehouse➡](#) .1

[Méthodes et outils de collecte | 1](#) °

[le nuages de mots pour synthétiser les réponses ouvertes | 1-1](#) ▪

[le Scraping ou "gratteur" de données | 1-2](#) ▪

[collecter les données RFM via GForms | 1-3](#) ▪

[le magnet d'inscription | 1-4](#) ▪

[Les outils de ciblage et d'extraction des réseaux sociaux | 1-5](#) ▪

- [organisation et sécurité | 2](#) ◦
 - [organisation et Nurturing | 2-1](#) ▪
 - [Sécurité et protocoles | 2-2](#) ▪
- [La légalité de la collecte et de l'exploitation des données→ .2](#)
 - [de la Loi de 1978 au RGPD de 2016 | 1](#) ◦
 - [contexte de la loi Informatique et Liberté de 1978 | 1-1](#) ▪
- [Le RGPD européen à l'intérieur de la loi Informatique et Libertés | 1-2](#) ▪
 - [Le RGPD sur vos canaux | 2](#) ◦
 - [Cookies et CGU dans vos vitrines et vos Eshops | 2-1](#) ▪
 - [le RGPD dans votre CRC | 2-2](#) ▪
 - [le RGPD sur les réseaux sociaux | 2-3](#) ▪
 - [? Et dans la SVP | 2-4](#) ▪
 - [St9ph](#) ▪

La Data Warehouse→

- [Méthodes et outils de collecte | 1](#) ▪
 - [le nuages de mots pour synthétiser les réponses ouvertes | 1-1](#) ▪
 - [le Scraping ou « gratteur » de données | 1-2](#) ▪
 - [collecter les données RFM via GForms | 1-3](#) ▪
 - [le magnet d'inscription | 1-4](#) ▪
- [Les outils de ciblage et d'extraction des réseaux sociaux | 1-5](#) ▪
 - [organisation et sécurité | 2](#) ▪
 - [organisation et Nurturing | 2-1](#) ◦
 - [Sécurité et protocoles | 2-2](#) ◦



Contrairement au **Data Lake** (gisement de données), **la Warehouse est structurée** en système de gestion de base de données relationnelle (**SGBDR**) qui, avec **le texteur et le tableur**, constituent **les 3 grand domaines en**

.informatique de gestion

: On classe les données **selon leur type**

méthode de collecte	Nature	Type de données
Formulaires de comptes et de demande d'inscriptions	Toutes celles en rapport avec l'identité d'un client ou d'une société	Données personnelles
Cookies des sites, localisation, historiques numériques	Liées à la détection numérique d' une activité	Données comportementales
... mails, avis, commandes	liées aux échanges avec site marchand ou autre	Données de communication



Méthodes et outils de collecte | 1

Ce sera du **donnant - donnant** pour les données personnelles. Quelqu'un qui vous laisse ses **coordonnées** ou s'engagera dans **une action vers votre marque** : attend en retour **un service ou un avantage**. Reprenons le SONCAS

- **La sécurité** de **retrouver** ses factures, de suivre ses commandes pour un compte client, de **ne pas oublier** sa carte de fidélité pour le téléchargement de votre appli mobile
- **L'orgueil** de pouvoir compter parmi les **clients VIP** pour l'inscription à une vente privée ou qu'on lise **votre avis d'expert** qui a la solution quand vous en laissez un sur une eshop ou un forum
- Recevoir une notification **des derniers modèles** sortis ou le catalogue de **la dernière mode** quand on fonctionne à **la nouveauté**
- L'économie liée au **cashback** ou les **promos exclusives** faisant choisir en priorité une certaine boutique en ligne quand on recherche **l'argent**
- L'attrait pour **vos valeurs, votre gamme** de produits, **l'ergonomie** ou **l'ambiance** de vos outils numériques quand on est motivé par **la sympathie**

le nuages de mots pour synthétiser les réponses ouvertes | 1-1

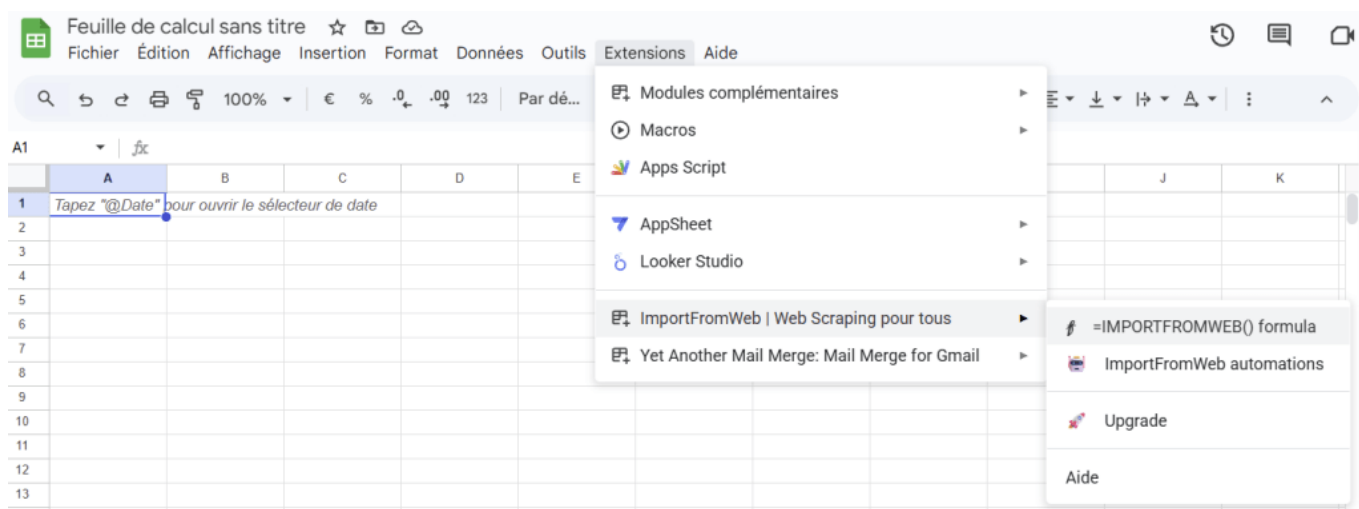
Il faut privilégier, bien entendu **les questions fermées** (oui / non) **ou alternatives** (QCM) bien plus faciles à synthétiser mais, dans certains cas, comme pour les avis clients, les réponses seront ouvertes et impossibles de les lire toutes.
? Comment exploiter alors les réponses libres

Un outil **créateur de nuages de mots** comme [celui-ci](#) vous aidera à dégager les : (mots clés (qui reviennent le plus souvent

J'ai coupé-collé les **paroles d'un poème** de Louis Aragon (« il n'y a pas d'amour : heureux ») dans cet outil et voilà le résultat

! directement sur un site web

Prenons l'exemple de **Google Sheets** (oui, il vous faut un tableur) et de l'extension **ImportFromWeb** que vous trouverez dans le menu « **modules complémentaires** ». Il faudra autoriser les options (personnellement, j'ai décoché « exécuter en votre absence » qui me paraissait excessive mais c'est pour ceux qui .(vont automatiser des imports dans un sheduler



L'utilisation n'est pas aisée. Il y'a une petite prise en main avant de réussir vos ! imports correctement et **je vous conseille [le tutoriel](#)** pour commencer

Heureusement, il y'a aussi des « **templates** » (modèles) tous prêts pour Scraper ! Amazon, AliExpress, Ebay, Google Maps et autres .. [c'est ici](#)

The screenshot shows the Google Maps Scraper browser extension interface. On the left, a Google Maps search for 'sport caen' is visible. On the right, a spreadsheet displays the extracted data for various sports facilities in Caen.

image	name	phone_number	address_1
	Accrosport les Rives de L'orne	+33 2 31 82 73 23	13 Esp. Léopold-Sedar-Sengf
	Basic Fit Rue de Falaise	+33 1 59 20 24 20	323 Rue de Falaise
	Palais des Sports Caen la mer		2 Rue Michelle Guillaïs
	Centre Sportif de Normandie - Site de	+33 2 52 37 01 60	160 bis Rue de la Délivrande
	Elancia	+33 2 31 73 31 44	17 Av. du Six Juin

Ci-dessus, le template **Google Maps Scraper** qui permet avec une simple **recopie de l'URL de recherche** google Maps, de récolter tous les infos **des fiches Google My Business** des établissements visés

collecter les données RFM via GForms | 1-3

Obtenir des données personnelles avec mail et **analyse RFM** sans effort ?
! Impossible ? Mais si : faites un jeu concours

☐ ... RFM, RFM ... ça me dit quelque chose

Récence, Fréquence, Montant, les 3 questions majeures à se poser pour **cibler un prospect en B2C**. Depuis quand, tous les combien de temps et pour quelle somme en moyenne, ce répondant consomme-t-il **les produits similaires à ceux ? que je cherche à lui vendre**



flampro



Questions

Réponses

55

Paramètres



Fl@mPro

Notre chaleur dans vos foyers

Section 1 sur 5

Gagnez un poêle à granulés !



Les réponses à ce questionnaire **seront enregistrées** à des fins commerciales. Merci de consulter [le règlement du concours](#) et l'accepter avant d'envoyer votre réponse.

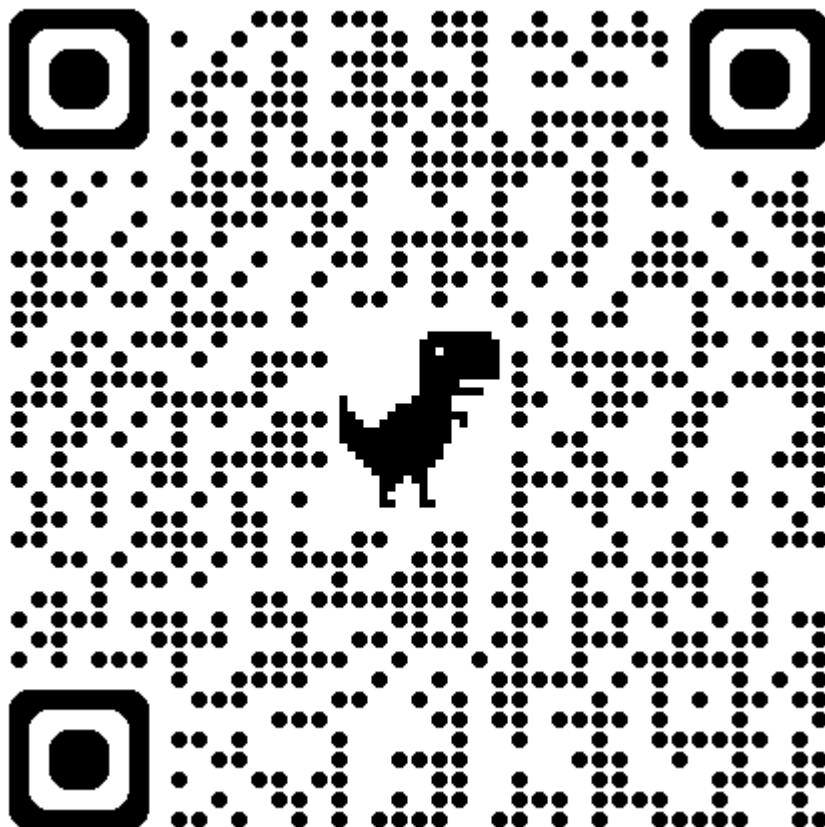
Adresse e-mail *

Adresse e-mail valide

Ce formulaire collecte les adresses e-mail. [Modifier les paramètres](#)

Pensez à **sonder vos répondants** sur leur **équipement actuel**, leur **satisfaction**,
leur **intérêt** pour le produit que vous faites gagner

Ce qui nous intéresse, **ce sont les perdants au jeu** ! On va les contacter pour
leur faire une offre avantageuse



Flashez le QR Code pour répondre au concours ou [cliquer ici](#)

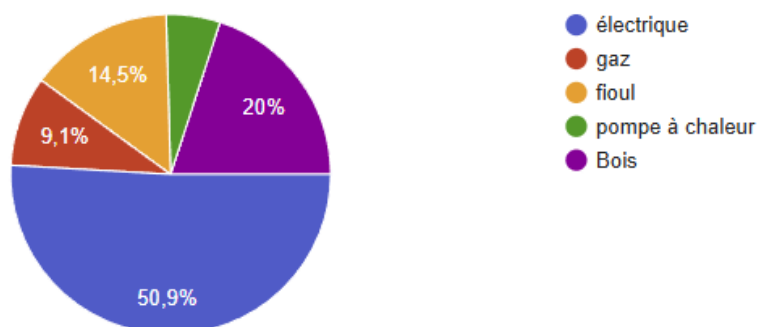
: Pour rappel

- un jeu concours **est borné dans le temps**
- Il fait l'objet d'**un règlement déposé chez un huissier**
- Il n'est pas nécessaire de **faire gagner quelqu'un qui a bien répondu**, ou le plus rapidement ! Précisez juste « un gagnant sera tiré au sort parmi les répondants » **pour vous éviter d'éplucher les réponses**
- **Favorisez les QCM** que vous pourrez scorer facilement
- Pensez à **préciser dans le règlement** que vous vous autorisez à **recontacter les participants** pour leurs faire des offres commerciales, sinon .vous n'aurez pas le droit

Votre système de chauffage principal :

55 réponses

 Copier le graphique



Google Forms vous propose **un tableau de bord** des statistiques et **l'export vers un tableur**

Votre prénom :	Quel est le système le plus utilisé ?	Vous êtes ...	Votre date de naissance	En quelle année a été créée ?	Sur une échelle de 1 à 10
Abel-Yves	A le poêle à granulés	propriétaire	29/12/1967	1980	7
Yun	A le poêle à granulés	propriétaire	03/02/1988	2021	10
Jade	L le poêle à granulés	propriétaire	08/06/1978	1985	5
Alex	D le convecteur électrique	propriétaire	07/02/2000	2020	9
Valentine	C le poêle à granulés	locataire	28/11/2000	1935	5
Hugo	L le poêle à granulés	propriétaire		2000	8
Arthur	H le poêle à granulés	propriétaire	31/12/2002	2019	7

vous disposerez alors d'**une mine d'or d'informations** pour **des lead à 100% ciblés** car ils n'auraient pas cherché à **gagner le produit** s'il ne les intéressait pas.

le magnet d'inscription | 1-4

Demander **un devis**, télécharger un livre blanc, s'inscrire à **la newsletter**, autant d'opérations de collecte de données personnelles qui peuvent constituer un frein :
que vont-ils en faire ? Le choix du **magnet** (aimant) sera déterminant pour **déclencher l'envoi**.



en assurant une certaine finesse dans la différenciation de ses cibles et des messages qu'on leur communique est un défi. C'est ce que l'on appelle le « Precision marketing at scale ». Une approche différente de celle de la TV [...]



Ce contenu est disponible sur abonnement.



Logiciel Facturation : Français & Conforme - TPE/PME - Axonaut

Comment gérer facilement la **création de facture en ligne** ? Pour faciliter la gestion de votre facturation, découvrez les fonctionnalités du **meilleur logiciel de facture français**, Axonaut !

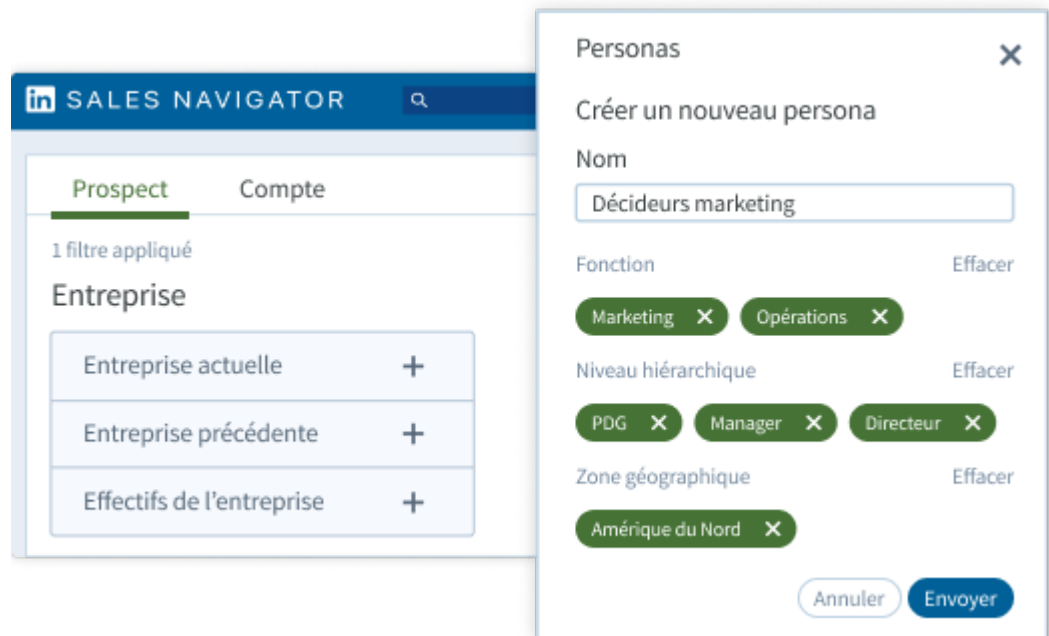
Votre adresse mail

Je teste gratuitement

Inviter à un salon, réserver des contenus **aux abonnés**, proposer un **essai gratuit** ... les exemples ci-dessus doivent vous sembler familiers car vous les avez sûrement déjà rencontrés

Les outils de ciblage et d'extraction des réseaux sociaux | 1-5

Ces **solutions** sont bien entendu **payantes** mais **le ROI est au rendez-vous** à coup sûr



A l'exemple du **Sales Navigator de Linked In** sur le Screenshot ci-contre, les réseaux sociaux proposent **des outils de ciblage précis** et de production de **données de prospection de masse** pour vos campagnes

Vous avez sûrement déjà été ciblé(e) en MP par des marketeurs car l'outil permet aussi l'E Mail Marketing

Dans ce second aperçu, c'est le tableau de bord de **Meta Ads** et un focus sur la **zone de chalandise** avec l'outil « **Booster** » d'une publication

Meta Ads est commun à Facebook et Instagram et vous pouvez même, à partir d'un ! même booster, choisir l'un ou l'autre ou les deux

Ci-dessous, le Cout par Lead moyen pour montrer que ce canal est l'un des plus avantageux en termes de ROI

? Euh ... **le ROI**, c'est pas le type avec une couronne sur la tête, c'est autre chose☹

On ne peut rien vous cacher ! ROI pour **Return On Investment** (retour sur ? investissement) -> y'aura t-il un bénéfice à investir dans cette action

Créer une audience

France

Caen + 30 km

Toucher plus de personnes susceptibles de réagir

Diffusion également de votre publicité auprès des personnes intéressées dans les villes et régions sélectionnées, dans ces pays. [En savoir plus](#)

+

-

Helier

en-Cotentin

Le Havre

Notre-Dame-de-Gravenchon

Bayeux

Caen

Lisieux

Bernay

Évreux

Granville

Vire

Avranches

Déplacer repère

30 km

Ciblage avancé

Ciblage avancé

Parcourir

Annuler

Enregistrer l'audience

: Comparatif du **Coût par Lead** (CPL) par plateforme

Points Forts / Secteurs	Profil des Prospects	Fourchette Typique	CPL Moyen ((Global	Réseau Social
Immobilier, Retail, Loisirs, Services locaux	Large (B2C & (B2B	€ 50 - € 5	28 - € 22~ €	Facebook
E-commerce, Mode, Beauté, Lifestyle	Jeune / Visuel	€ 60 - € 10	35 - € 25~ €	Instagram
IT, SaaS, Finance, Formation, Recrutement	Professionnels ((B2B	€ 250 - € 40	- € 95~ € 110	LinkedIn
Gadgets, Applications, Divertissement	Gen Z / Millenials	€ 40 - € 5	25 - € 15~ €	TikTok
News, Tech, Play-to-Earn	Tech / Journalisme	€ 80 - € 15	45 - € 35~ €	(X (Twitter

: Sources

WordStream / LocaliQ (2024-2025) : Benchmarks annuels par industrie •
.pour Facebook et Google Ads

Flyweel (2025) : Analyse comparative du CPL entre LinkedIn, Google et Meta •

HubSpot (2025) : Rapport annuel sur les tendances et les coûts publicitaires •
.des réseaux sociaux

Gupta Media : Suivi en temps réel des coûts CPM/CPC sur les plateformes •
.sociales

Adimeo / Leads Lab : Études sectorielles spécifiques au marché français •
((B2B/B2C

En conclusion de cette première sous-partie, constatons que les méthodes →
: et outils de collecte ne manquent pas. On peut citer aussi

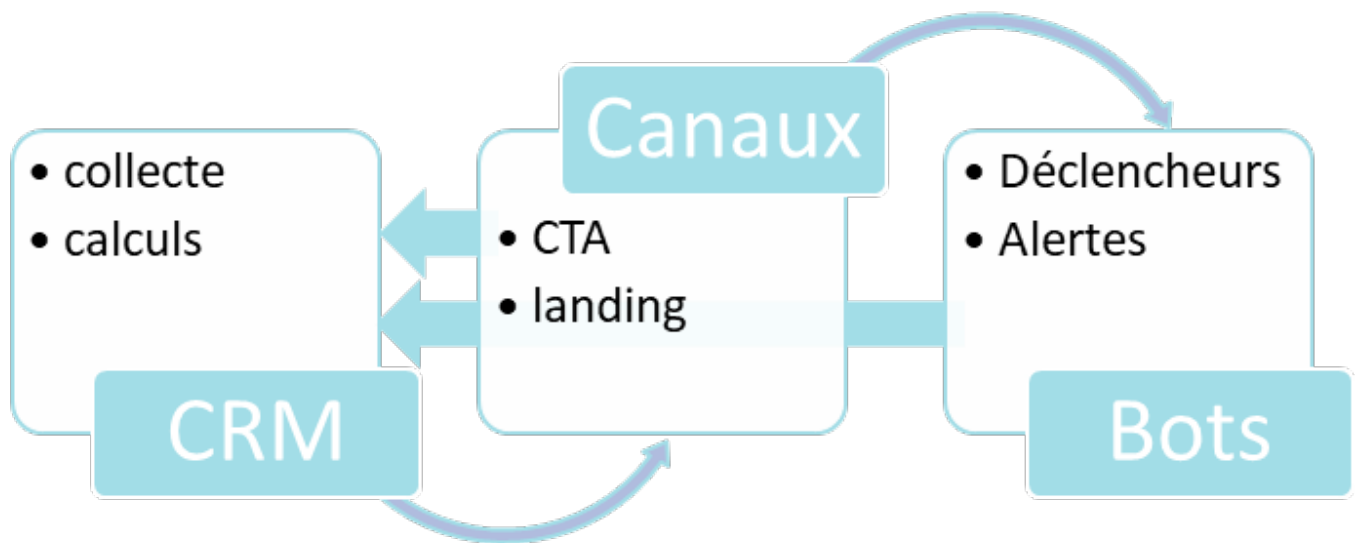
Les **annuaires** tel l'[AEF du CCI Webstore](#) ou le [KOMPASS](#) pour la **prospection** •
(**B2B** (mais ils sont payants
les [pages jaunes](#) de la poste (gratuit côté consultation) qui restent **une base** •
très complète de professionnels même si cette dernière plateforme **ne**
propose pas d'extractions

organisation et sécurité | 2

Votre base CRM stocke et calcule vos **indicateurs clés** (KPI) tandis que vos . canaux **appellent à l'action** et conduisent vers vos landing pages. Vos (ro)bots traqueurs vont vous **alerter** sur les moments clés dans votre planification **et** **déclencher** des communications automatiques

Le **Data Mining** génère un nombre conséquent de données **qu'il faut exploiter au mieux**. Le **stockage**, la rapidité d'échange de données (**bande passante**) et de **calcul** (processeurs) est un domaine qui brasse **plus de CA que tout le Retail** (SVP + Eshop) **réuni**. Citons les **trois leaders des Data Centers** que sont **IBM**, **Oracle** et **Microsoft**

organisation et Nurturing | 2-1



Votre base CRM stocke vos données et calcule vos **indicateurs clés** (KPI) tandis que vos canaux **appellent à l'action** et conduisent vers **vos landing pages**. Vos (ro)bots traqueurs vont vous **alerter** sur les **moments clés** dans votre .planification **et déclencher** des communications automatiques

? CRM

Customer Relationship Management ou **GRC** en français (Gestion de la relation client). C'est **la base de données centralisée** qui stocke et organise toutes vos informations commerciales

? Pour chaque client ayant déjà passé au moins une commande et sans commande depuis un certain temps, génère un bon d'achat et l'envoie au client.

Activer

☒ Activé

Montant de la remise

5 %

Depuis x jours

100 jour(s)

Durée de validité

7 jour(s)

? Le prochain envoi transmettra : 0 e-mail(s)

Enregistrer

Dans l'aperçu ci-contre, **un exemple de déclencheur** qui crée **un mail autogénéré de remise** pour les clients dans **leur dernier moment de vérité**. (([voir l'article à ce sujet](#)

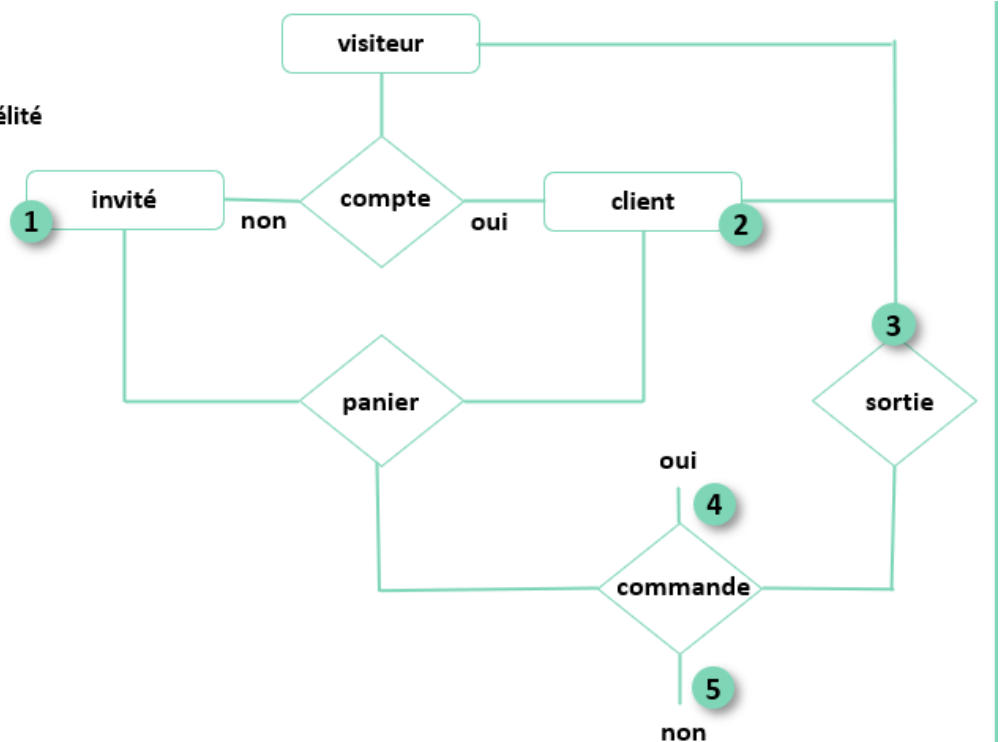
C'est un module Prestashop gratuit détaillé dans [cet autre article](#). Il peut **éviter** **.(une part du Churn** (perte de clients

Ci-dessous, un logigramme de tous **les déclencheurs génériques** durant un

: parcours visiteur dans une boutique en ligne

Call to Action :

- 1** Pop Up avantages fidélité
Cashback
Ventes privées
- 2** Reconnexion automatique
cookie
- 3** Pop Up Promos en cours
- 4** Mail remerciement
Confirmation
Réassurance
- 5** Mail relance panier abandonné
Coupon réduction



? **Un invité**, c'est quelqu'un qu'on va garder pour le diner

Pourquoi pas, mais en ECommerce, c'est surtout **un visiteur qui commande sans être connecté à un compte client**. C'est donc soit **un nouveau client**, soit **un client qui reste anonyme** durant sa session

L'analyse du trafic des cohortes d'un tableau de bord à l'intérieur d'une boutique permet de définir **l'impression** (le temps passé), **l'engagement** (les actions réalisées et les pages vues) et la **conversion** (les achats) mais **aussi les comportements**. Des outils de la Warehouse nous permettent alors de **déclencher des réactions**

: Tout cela participe au **Nurturing**

Chaque **interaction** est l'occasion de « **nourrir** » la fiche client • **(Requalification)**, notamment en **CRC** lors de contact **en 1 to 1 (phoning, principalement)**. On vérifie **l'actualité des données** qu'on a sur son correspondant

Chaque **comportement** est étudié afin de définir **des cohortes cibles** pour •
(... nos campagnes (gouts, moments, RFM
les déclencheurs et les **mise à jour** de données augmentent la **Customer** •
Lifetime Value

Sécurité et protocoles | 2-2



Il est essentiel de protéger vos données contre les **3 menaces** qui pèsent sur elles :

• Le piratage •

Des experts en **intrusion informatique** peuvent utiliser **des ports de communication ouverts** et mal sécurisés **dans votre firewall** pour vous dérober vos données où y déposer **un logiciel espion**

? Un firewall ? J'ai ça sur mon ordi, moi ☐

Oui, **tous les systèmes d'exploitation en sont équipés**. C'est un mur coupe-feu si on le traduit littéralement. En fait, **c'est une interface qui contrôle les ports de communication** de votre machine et **en ouvre au besoin**. Le problème, c'est que **certain logiciels malveillants vous demandent d'en ouvrir** pour eux et ! que vous le faites en croyant qu'ils ne sont pas malveillants

Il va de **votre réputation** et de **votre respect du RGPD** de prévenir ce risque. Votre **firewall** doit, normalement, contrôler **les entrées et sorties sur votre système**. A vous d'en garder le contrôle

Lorsque **vos données** voyagent sur internet, elles **sont cryptées**. On parle de **tunnel SSL** (Secure Sockets Layer cad des paquets sécurisés). Le serveur et l'ordinateur qui les échangent sont normalement **les seuls à posséder la clé** qui

permet de les « lire » en clair. C'est ce qui donne le **cadenas de la barre d'état** du navigateur ainsi que le « s » de « **https** » en entête d'url

L'usurpation d'identité se développe aussi avec l'usage de **sites miroirs** qui copient les vôtres mais sur un domaine légèrement différent. La différence entre castorama.fr et cast0rama.fr ne sautera pas aux yeux de tout le monde sur la barre d'adresses. Idem pour le **hameçonnage**, où seule la **zone body** est redirigée



•La destruction accidentelle•

Une **erreur d'écriture** d'un de vos logiciels, **une fausse manipulation** d'un de vos opérateurs ou **la panne d'un disque dur** qui les contiennent et **s'en est fini de vos données** ! Une véritable **sauvegarde** régulière avec un outil professionnel sur un serveur de réplication limitera ce risque

Les serveurs utilisent un système appelé **RAID** qui **duplique les données sur plusieurs disques** simultanément afin que malgré la panne de l'un d'entre eux, les autres puissent reconstituer l'information



•L'altération•

Des **virus informatiques** peuvent modifier **ou encoder vos données** pour **les rendre inutilisables** ou vous demander **une rançon pour les décrypter**. Les plus courants, aujourd'hui, sont les seconds qu'on appelle des **ransomwares**

Pour conclure cette seconde sous-partie, retenons que **la Warehouse a besoin, →** à la fois **d'être alimentée** et **défendue en permanence**, afin que ces informations puissent servir de carburant à vos stratégies marketing

La légalité de la collecte et de l'exploitation des→ données

- de la Loi de 1978 au RGPD de 2016 | 1 •
 - [contexte de la loi Informatique et Liberté de 1978 | 1-1](#) ◦
 - [Le RGPD européen à l'intérieur de la loi Informatique et Libertés | 1-2](#) ◦
 - [Le RGPD sur vos canaux | 2](#) •
 - [Cookies et CGU dans vos vitrines et vos Eshops | 2-1](#) ◦
 - [le RGPD dans votre CRC | 2-2](#) ◦
 - [le RGPD sur les réseaux sociaux | 2-3](#) ◦
 - [? Et dans la SVP | 2-4](#) ◦

Cela fait toujours rire quand je parle de cela mais savez-vous que **la France est le ? premier pays à s'être doté d'une loi sur le numérique**

de la Loi de 1978 au RGPD de 2016 | 1
contexte de la loi Informatique et Liberté de 1978 | 1-1



La **loi Informatique et libertés** du **6 janvier 1978** est la première loi au monde
! destinée à régir le Digital

Et pour cause : la France a été le premier pays à déployer **à l'échelle d'un pays entier** un **réseau de terminaux digitaux** (minitels) à destination des particuliers
.dès **la fin des années 70**

Ce réseau **Télérel de France Telecom**, permettait à tous les foyers français **de consulter des serveurs** ou même d'**échanger** entre eux, **via le réseau téléphonique**

! L'ancêtre d'Internet (1983) était né

: Un peu d'histoire pour paraître cultivé en société



Le 1er ordinateur personnel (**Personal Computer** ou « **PC** »), qu'on appelle techniquement **un micro-ordinateur** (en opposition aux gros systèmes de la taille .de frigos) ne verra le jour qu'**en 1979 chez IBM**

Les Américains, quand ils voudront vérifier la viabilité de leur développement d'un **réseau grand public** (Internet), communiquant **en RTC** (réseau téléphonique .commuté) se baseront sur **le succès du Télétel** pour convaincre les financeurs

Il existait déjà un tel réseau depuis le début des années 50 (**L'Arpanet**) mais ils était utilisé uniquement par les militaires, puis les universitaires sur une centaine de gros ordinateurs en tout dans le monde reliés entre eux par **un modem** .((modulateur – démodulateur

Revivez (ou découvrez pour les plus jeunes) **le son inoubliable d'une connexion** ☐ ! **en RTC** à l'Internet en jouant la vidéo ci-contre. Montez le son, ça vaut le coup

source Reddit [Global_Tradition5802](https://www.reddit.com/r/GlobalTradition5802)

L'arrivée du PC, puis l'amélioration du débit du modem en dépassant l'analogique RTC (maxi 56 Kb/s) pour utiliser **une bande numérique** dite ADSL (Asynchronous Digital Subscriber Line jusqu'à 24 Mb/s) , puis l'arrivée de **la fibre et du GSM** (**bornes aériennes** qui permettent aussi la téléphonie mobile jusqu'au gigabit par .seconde pour la fibre) allait tout changer



Malgré tout, **ce n'est qu'en 1992 qu'Internet arrive en France** et que dans le début des années 2000 que les foyers français commencent à être équipés .massivement de PC puis de téléphones mobiles

Wanadoo (devenu orange) fut **le premier FAI** français

□ ? Un FAI ? j'ai un doute

Fournisseur d'Accès Internet : pour l'instant au nombre de 4 (même si le dernier est un peu en difficultés) : **Orange, Bouygues Telecom, Free et SFR**, seuls a disposer d'une **autorisation de la Haute Autorité** à diffuser de la donnée en France. Si vous êtes chez un autre comme La Poste ou Cdiscount, c'est qu'ils sous-louent une bande passante chez l'un des 4 autres

L'internet tel que nous le connaissons aujourd'hui est donc **la conjonction de trois choses** : le besoin qu'ont eu les militaires américains de **dupliquer leurs données stratégiques** sur des ordinateurs distants durant la guerre froide (peur d'une guerre atomique), **le génie de France Telecom** et l'excellente idée qu'à eu .IBM de **produire un ordinateur miniaturisé**

Donc, avec le réseau télérel, s'est posé le problème de **réglementer cette : nouvelle dimension digitale**

? qu'allait-on permettre et que fallait-il interdire



La loi de 1978 instaure une commission : la CNIL, qui sera chargée de **garantir le respect des libertés individuelles et la protection de la vie privée** (donc, des données personnelles)

Cliquez sur le logo pour **visiter le site** de la CNIL ☐

i A l'époque, **le stockage et le sécurité des données** était surtout une problématique **côté serveurs** (les entreprises et les administrations). **Les particuliers**, eux, ne pouvaient **rien stocker** (els terminaux n'étaient pas pourvus de disques durs).

Ci-contre le site de la SNCF qu'on atteignait par le prompt de connexion **3614 SNCF**



La loi posait déjà clairement le cadre de ce qu'était **une donnée personnelle** et la **notion de consentement**, mais voyons uniquement **les éléments actuels** que le RGPD a renforcés encore, et pour cause, **l'outil informatique a évolué** lui aussi

Le RGPD européen à l'intérieur de la loi Informatique et Libertés | 1-2

Depuis 1992, la construction de l'Union Européenne implique **une réglementation commune** au sein de tous les pays de l'Union. Les données de la Warehouse sont réglementés par un texte de 2016, **le Règlement Général sur la Protection des (Données) (RGPD)** – [le texte complet](#) (pour les courageux

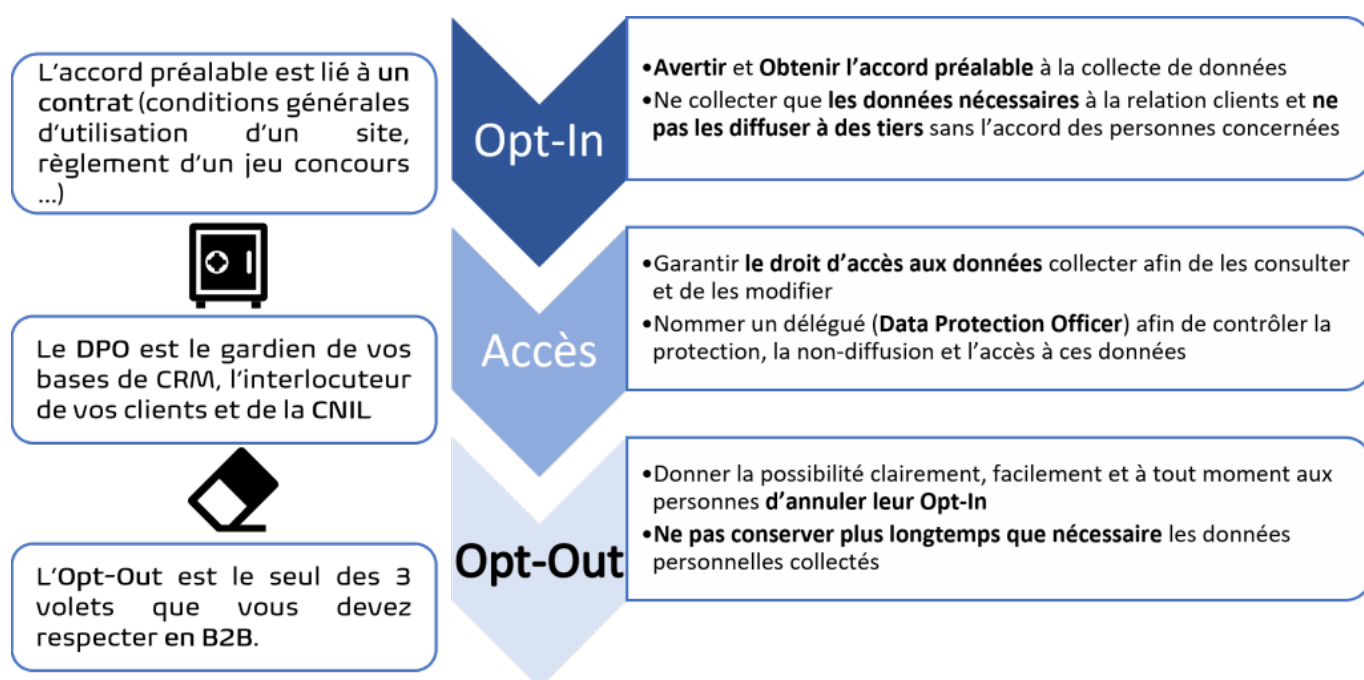
Attention, chaque directive européenne doit être **ratifiée par les parlements nationaux** et le RGPD n'a été ratifié en France qu'en 2018. C'est **sa date de parution au Journal Officiel** de la République Française (JOrf) qu'il faut indiquer quand vous vous y référez : **le 25 mai 2018**

? Pourquoi faut-il **indiquer la date** quand on cite une loi

C'est parce que **c'est comme cela qu'on peut la retrouver dans le JOrf** ! C'est

donc obligatoire de mentionner **la date de promulgation** quand vous citez une loi. Ca n'en fait que deux à retenir pour nous : le **6 janvier 1978** pour la Loi Informatique et Libertés et **le 25 Mai 2018** pour le RGPD. Mieux que cela : comme .le RGPD a été intégré à la loi de 1978, vous pouvez **ne citer que la première**

Pour faire simple, retenons que **la protection des données personnelles** et le : cœur du texte et qu'il **repose sur 3 étapes**



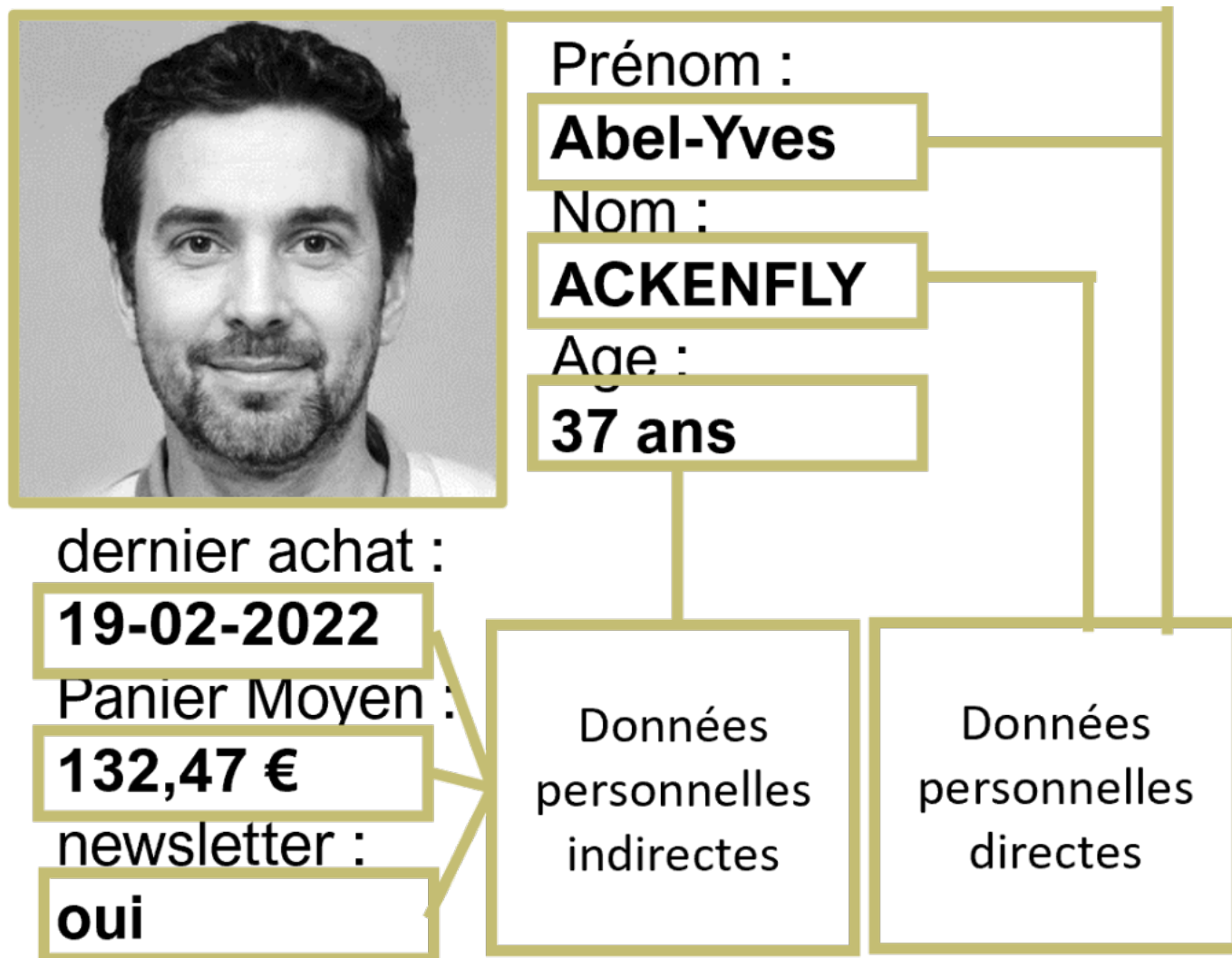
les données personnelles des personnes morales (entreprises) ne sont pas soumises à l'**opt-in** (vous pouvez les contacter sans leur demander la permission) et vous pouvez **stocker et diffuser toutes les données** que collectez sur elles .((sans les déformer ou les dénigrer

Les **administrations** (Etat, collectivités territoriales, Sécurité Sociale, Justice ...) sont évidemment **dispensées d'Opt-In et d'Opt-Out** mais elles doivent veiller, .elles aussi, à la protection de vos données personnelles

Il vous faudra donc **demandeur l'autorisation de collecter** chacune des données personnelles directes ou indirectes (**Opt-In**) dont votre Warehouse aura besoin, **nommer un** délégué à la protection des données (**DPO**) qui sera l'interlocuteur de la CNIL (contrôle) et de vos clients (**droit d'accès**) ainsi qu'indiquer clairement

.(comment faire pour **obtenir la suppression des données** collectées (**opt-out**





Les données **personnelles directes** sont celles qui **font partie de votre •**
.identité

... Ex : Votre nom, votre adresse mail, votre numéro de sécurité sociale

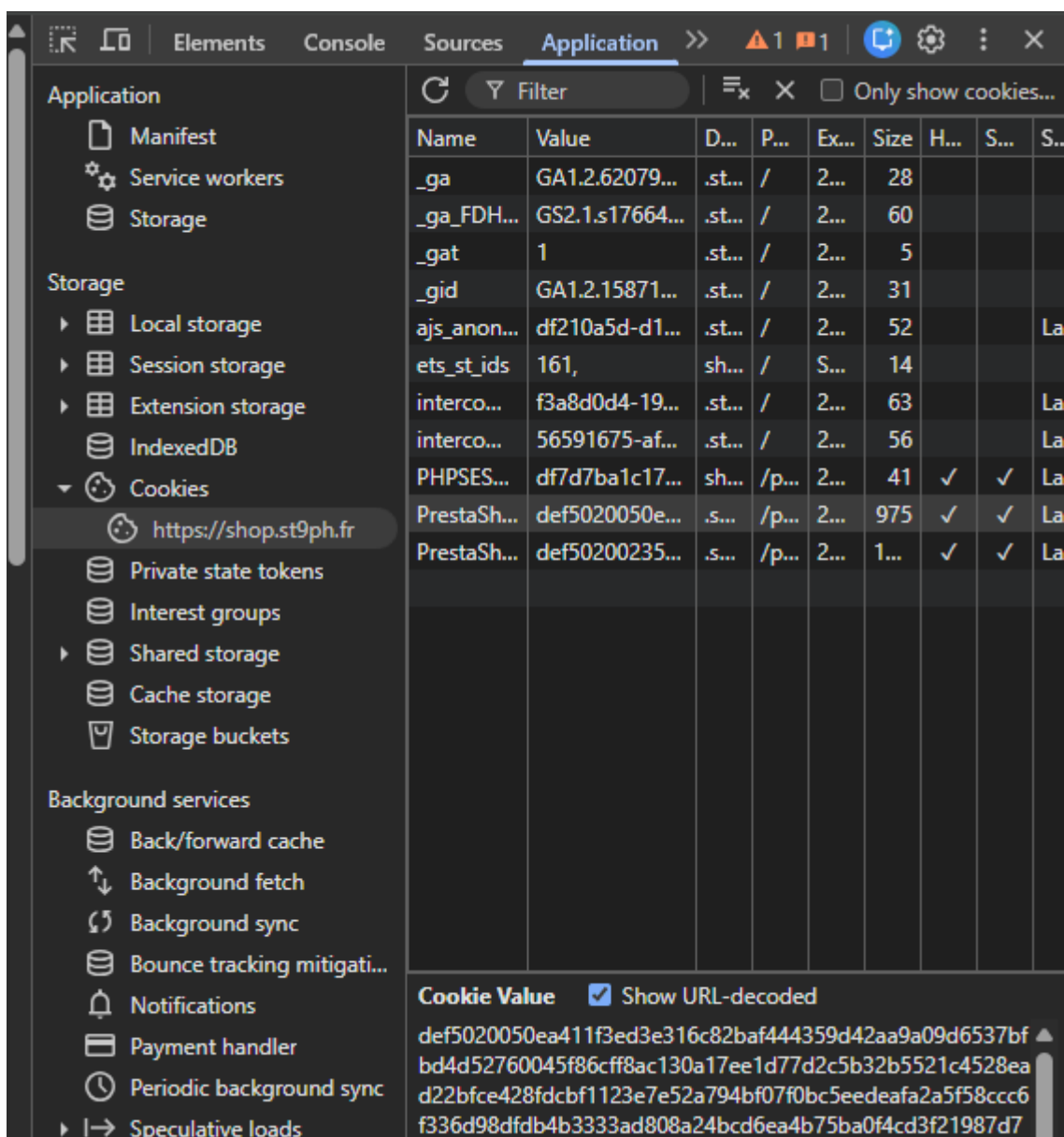
Les données **personnelles indirectes** sont celles qui sont communes à •
plusieurs personnes mais **qu'on peut rattacher à vous**

*Ex : Votre pointure (42) si l'achat d'une paire de chaussures figure **dans votre***
.historique de commandes

Le RGPD sur vos canaux | 2

Il faudra donc **mettre en place des outils** de prévenance, d'accès et de : suppression **sur toutes vos plateformes !** Voyons cela en détail

Cookies et CGU dans vos vitrines et vos Eshops | 2-1



The screenshot shows the Chrome DevTools Application tab with the 'Cookies' section expanded for the URL `https://shop.st9ph.fr`. The left sidebar lists various storage areas, and the main pane displays a table of cookies.

Name	Value	D...	P...	Ex...	Size	H...	S...	S...
_ga	GA1.2.62079...	.st...	/	2...	28			
_ga_FDH...	GS2.1.s17664...	.st...	/	2...	60			
_gat	1	.st...	/	2...	5			
_gid	GA1.2.15871...	.st...	/	2...	31			
ajs_anon...	df210a5d-d1...	.st...	/	2...	52			La
ets_st_ids	161,	sh...	/	S...	14			
interco...	f3a8d0d4-19...	.st...	/	2...	63			La
interco...	56591675-af...	.st...	/	2...	56			La
PHPSES...	df7d7ba1c17...	sh...	/p...	2...	41	✓	✓	La
PrestaSh...	def5020050e...	.s...	/p...	2...	975	✓	✓	La
PrestaSh...	def50200235...	.s...	/p...	2...	1...	✓	✓	La

Below the table, the 'Cookie Value' section is expanded, showing the URL-decoded value for the selected cookie:

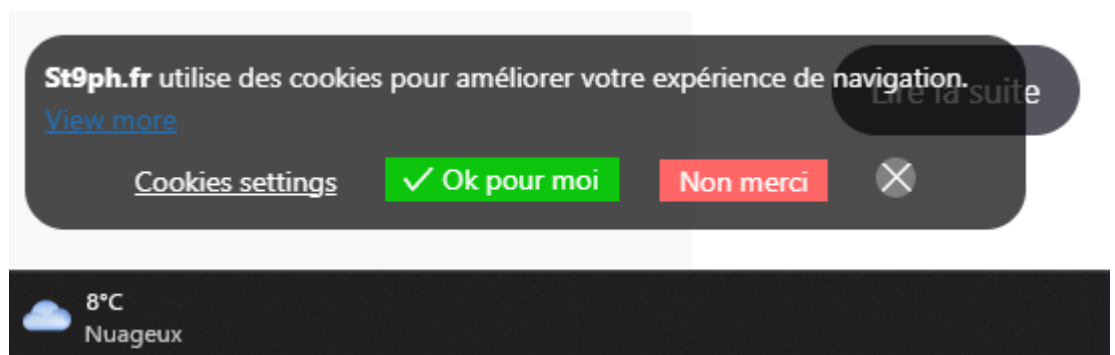
```
def5020050ea411f3ed3e316c82baf444359d42aa9a09d6537bf  
bd4d52760045f86cff8ac130a17ee1d77d2c5b32b5521c4528ea  
d22bfce428fdbc1123e7e52a794bf07f0bc5eedeafa2a5f58ccc6  
f336d98dfdb4b3333ad808a24bcd6ea4b75ba0f4cd3f21987d7
```

Chaque visite sur votre site va provoquer **l'écriture ou l'actualisation d'un** : **cookie**. C'est **un petit fichier texte temporaire** qui mémorise

vos **données de navigation** (liens cliqués, niveau de défilement dans les pages et temps passé)
certaines choix (vos préférences de tri, vos personnalisations d'interface, les (... réponses que vous avez données dans des pop-up

! Il s'agit clairement de **données personnelles indirectes** soumises au RGPD

Ci-contre, un aperçu de contenu réel depuis la console d'administration de Chrome



! Vous devrez donc **prévenir vos visiteurs** de la collecte des cookies

Il est faux de croire que les cookies enregistrent des **données personnelles** : **directes**. En effet

Vos **noms d'utilisateurs et mots de passe** sont mémorisés par le **gestionnaire de mots de passe de votre navigateur** si vous l'y avez autorisé. C'est une mauvaise idée mais vous faites comme vous voulez

Idem pour **vos coordonnées bancaires** si vous avez autorisé **votre navigateur ou un site marchand** à les stocker **pour vos futurs achats** ((très mauvaise idée mais pareil, vous êtes libre

Vos **données de formulaires**. Idem, c'est **votre navigateur** que vous avez autorisé à **vous suggérer des termes pré-enregistrés**

Si votre choix de **reconnexion automatique à une boutique** en ligne (par exemple) est bien dans un cookie, les **login**, eux, sont aussi dans votre **gestionnaire de mots de passe**

Ils faudra que vos **abonnés** (Vitrine) ou **clients** (EShop) **les acceptent** avant de s'abonner ou créer un compte

Recevez nos offres spéciales

Votre adresse e-mail

S'ABONNER

Vous pouvez vous désinscrire à tout moment en cliquant sur le lien de désinscription figurant sur tous nos mails ou grâce au lien "Contactez nous", rubrique "mon compte".

☐ J'accepte [les conditions générales](#) et la politique de confidentialité

: Ci dessous, l'exemple des [CGU de la boutique pédagogique](#). Pensez bien à

- Lister tout les champs de données personnelles collectés
- indiquer comment joindre le DPO et exercer son Opt-Out
- Lister tous les outils et moments de collecte ainsi que leur portée

Collecte des données personnelles

En créant un compte sur ce site, vous m'autorisez à **collecter et à stocker votre [...] .adresse mail, votre nom et votre prénom**

Vous pouvez retrouver toutes vos informations personnelles dans l'espace [mon compte](#) et les modifier à loisir conformément à la loi Informatique Et Libertés du 6 janvier 1978. Utilisez le lien « [contactez nous](#) » en choisissant comme sujet « mon compte » pour toutes les questions sur vos données personnelles qui seront .transmises à notre DPO

En vous abonnant à la **newsletter**, vous autorisez la boutique st9ph à vous inscrire [...] dans sa liste de diffusion

Collecte des données comportementales

Vos **données de navigation** sont collectées et analysées afin d'améliorer votre expérience sur la boutique St9ph et vous proposer des produits plus adaptés à vos souhaits. Si vous ne le souhaitez pas, refusez la collecte en cliquant sur « non merci » dans le panneau de consentement qui apparait lors de votre première .visite

Les informations de message que vous avez entrées **dans le Tchat** restent en mémoire pour vous permettre de retrouver vos conversations passées. Nous utilisons aussi ces informations pour améliorer nos outils d'aide et vous apporter des réponses toujours plus pertinentes. Il en est de même pour les messages que .« vous nous envoyez dans le lien « contactez nous

Vos avis sont modérés avant publication. Tout dénigrement, propos diffamant ou grossier est susceptible de ne pas être validé. Les avis conformes sont publiés sous la fiche produit. Seule l'initiale de votre nom sera affichée à côté de votre prénom

Les **CGU** sont facilement accessibles **dans le footer** de la boutique et **dans le Chatbot**, on **guide** même le client **vers son interface** de Selfcare, où il peut .exercer **son droit d'accès** en toute autonomie

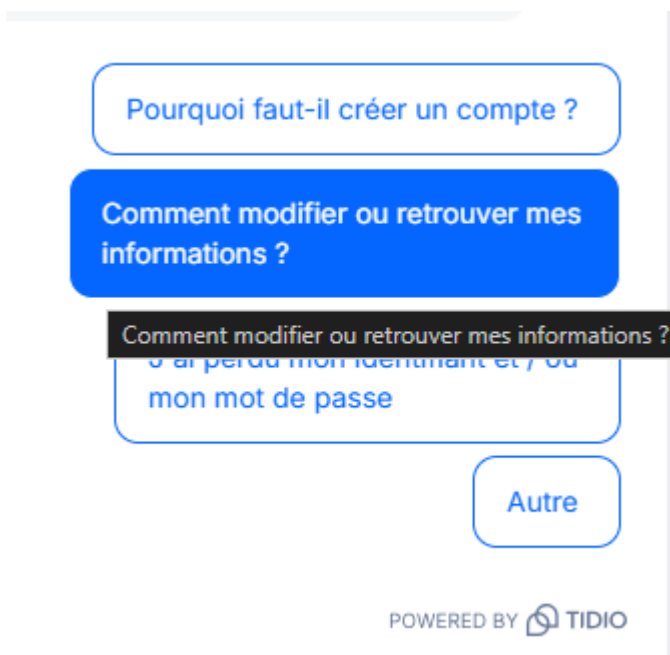
LEGALITÉ

[Mentions légales](#)

[Conditions d'utilisation](#)

[A propos](#)

[Conditions générales de vente](#)



le RGPD dans votre CRC | 2-2

Il s'agit essentiellement de vos communications par mail et de vos appels téléphoniques

: Dans vos mails, paramétrez un footer comme celui-ci ➡

- 1 Vous recevez ce mail en tant que client de [la boutique St9ph](#)
- 2 Si vous recevez ce mail par erreur ou si vous ne souhaitez plus recevoir ce type de communication, veuillez-nous excuser!!!!. Vous pouvez vous désinscrire sur ce lien : [se désinscrire](#)
- 3 Conformément à l'article 34 de la loi Informatique et Liberté du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données vous concernant. Si vous souhaitez exercer ce droit, contactez notre DPO à l'adresse contact@st9ph.fr
- 4 Merci de ne pas répondre à ce mail, il serait perdu. Pour nous contacter, utilisez [ce lien](#)
- 5 La boutique St9ph - <https://shop.st9ph.fr/presta/> - Mars 2022

Les différentes **étapes RGPD** et leur **nécessité** (B2B vs B2C) sont rappelées dans **le tableau ci-contre**

.On ne rappelle pas les **droits d'accès aux B2B** puisqu'ils n'en ont aucun

	B2C	B2B
1 Rappel du contexte	Obligatoire	Conseillé
2 Opt-Out*	Obligatoire	Obligatoire
3 Rappels des droits et DPO	Obligatoire	non
4 Liens de contact	Conseillé	Conseillé
5 Localisation** et datage	Obligatoire	Obligatoire

seul droit en B2B*

Pour votre **phoning**, servez vous de votre **Serveur Vocal Interactif** (SVI) pour ➔
diffuser les messages RGPD. La collecte de données se fait par le biais de
.l'enregistrement de l'appel

: (ex : Avertissement RGPD sur le 3635 (SNCF

: (Droit d'accès (réécoute

? Euh ... moi, j'ai pas le son ! Je fais comment□

Opt out : « Cette conversation sera enregistrée, si vous ne le souhaitez pas, tapez
», **Droit d'accès** : « Vous pouvez contactez notre DPO, choix numéro 4, pour
obtenir une copie des informations enregistrées durant vos appels ou demander
« .leur effacement

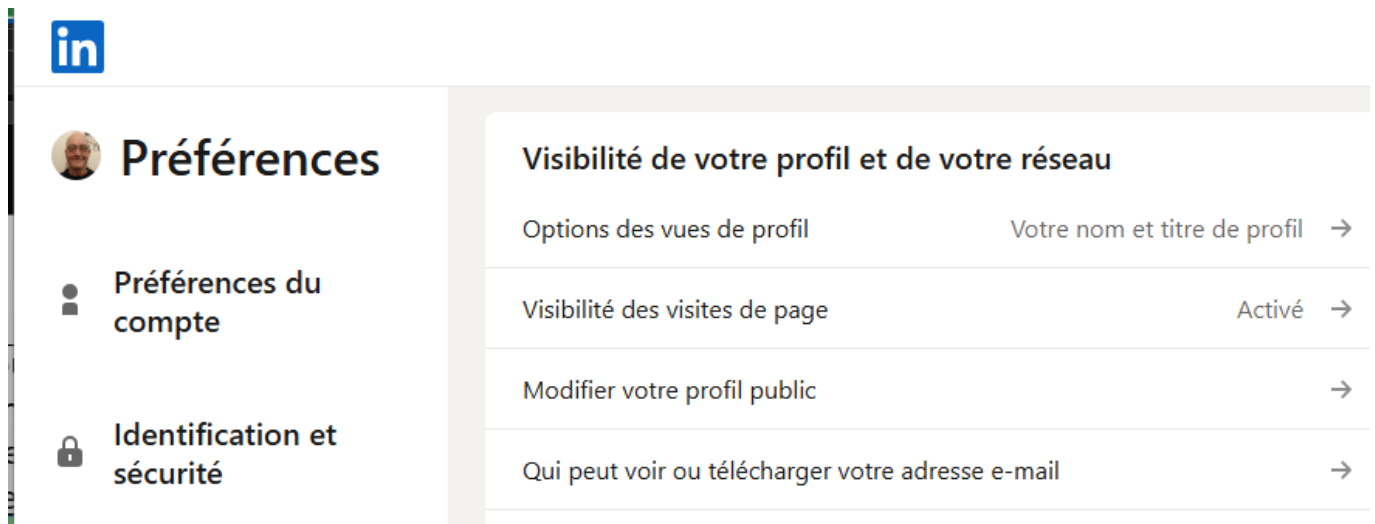
C'est toujours **par le même canal** que vous donnez **les coordonnées de votre**
.DPO : son mail dans un courriel et son numéro de téléphone en phoning

le RGPD sur les réseaux sociaux | 2-3

A moins que vous décidiez un jour de créer votre propre réseau social, **vous n'avez rien à faire**

C'est **aux membres** du réseau social **de voir directement avec lui** sa politique de confidentialité. **Vos pages et publications**, en tant que commerçant **ne sont qu'un contenu** dont **lui seul doit gérer** le stockage et les données personnelles

Pour les membres, il y'a obligatoirement une section du tableau de bord de la gestion du compte qui permet de paramétrer la confidentialité



Ici, Linked In

? Et dans la SVP | 2-4

Votre **magasin physique** n'échappe pas à la règle. **Cartes de fidélité, scannettes, bornes de commandes ...** tous **les outils qui vont générer de la data** sont soumis au RGPD également

Globalisez des CGU pour l'ensemble de vos outils que le client accepte une bonne fois pour toute dès qu'il adhère à l'un d'entre eux

Pour conclure cet article assez conséquent, je l'avoue, retenons que la Warehouse et la **base indispensable à votre flux de data** et que celles-ci sont soumises à **des règles de prévenance et d'accès** dès qu'elles deviennent personnelles

visites 8

[partager](#)

donnez votre avis (star ranking) en bas de cette page



[Précédent»](#)

[Accueil](#) » Omnicanal | Data Mining et RGD

«[Suivant](#)



[L'épreuve E5 A \(écrit\) du BTS NDRC](#)

(0) 0

janvier 2026 Aucun commentaire 11

...heures | coef2 /40 pts A ce jour, tous mes étudiants ont 3

[Lire la suite](#)



[Animation RC | la Satisfaction Client](#)

(3) 4.7

janvier 2026 Aucun commentaire 10

...C'est quoi la satisfaction client ? On parle aussi de « Customer Care ». C'est le fait

[Lire la suite](#)



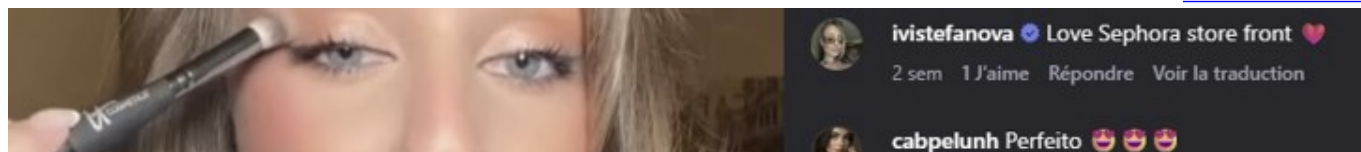
[Omnicanal | Search Engine Marketing](#)

(3) 4.7

janvier 2026 Aucun commentaire 8

C'est quoi le « Search Engine Marketing » ? Le Search Engine Marketing (SEM) est ...l'addition de

[Lire la suite](#)



[Animation RC | Social Selling & Reverse Marketing](#)

(5) 4.6

janvier 2026 Aucun commentaire 5

...C'est quoi tout ça ? Le Social Selling est l'art de vendre depuis les réseaux

[Lire la suite](#)



E-Commerce | Opérations commerciales en digital

(4) 4.8

janvier 2026 Aucun commentaire 4

C'est quoi une opération commerciale ? Aussi appelée « campagne », une O-P-COM, ...c'est une opération spécifique

[Lire la suite](#)



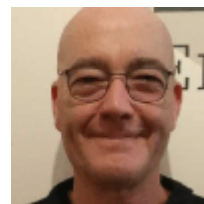
Animation RC | le Selfcare

(2) 4.5

janvier 2026 Aucun commentaire 3

C'est quoi le « Selfcare » ? Littéralement « prendre soin de soi soi-même »(on parle ...aussi parfois « d'auto

[Lire la suite](#)



St9ph

Webmaster

Je suis Formateur depuis 1997 et j'ai commencé ma carrière comme technicien en réseaux informatiques. J'ai travaillé pour de grands organismes de formation : Greta, AFPA, réseau des CCI, des écoles de commerces réputées : EM Normandie, E2SE, groupes FIM et ICEP, et collaboré en Centre d'Appels chez Webhelp pendant 12 ans avec des grands comptes FAI comme Orange, Bouygues Telecom et SFR, des assureurs et des fournisseurs d'Energie comme Direct Energie (devenu Total) et ! (EDF (devenu Engie



.



.

votre avis compte
[Total: 2 Average: 4.5]

