

Date	07/02/2023	Horaires	14h00 - 17h30
Durée	3.50 heures	Lieu de la formation	Sur site

Les objectifs de l'action sont les suivants :

Aperçu :

Après une matinée intitulée "Se préparer à l'ère du Cookieless" dont l'objectif était de comprendre :

- Les impacts et les invariants de la fin du cookie tiers
- De présenter les alternatives au cookie tiers pour continuer à comprendre son audience, fournir une personnalisation et assurer des revenus

Nous vous proposons cette seconde partie opérationnelle pour aller plus loin et réfléchir à votre feuille de route...

Sous forme d'ateliers en groupe:

- Vous travaillerez à définir une stratégie cookieless pour des entreprises fictives avec des contextes différents.
- Chaque groupe devra élaborer un business case pour ainsi définir un plan d'action et identifier des pistes technologiques afin de préparer au mieux la mise en oeuvre de stratégie cookieless dans leurs organisations.

Pour organiser cette formation en intra-entreprise pour vos collaborateurs, contactez-nous

Description :

Après la théorie, une seconde partie de journée opérationnelle pour aller plus loin et réfléchir à votre feuille de route dans un monde sans cookies ...

Particularites :

Vos experts formateurs : Guillaume et Corentin

> Guillaume est Supervising Senior dans un cabinet de conseil spécialisé dans la transformation des organisations.

Il intervient depuis plus de 8 ans sur des sujets de web-analyse, de data marketing et de la collecte du consentement pour des acteurs du secteur média, bancaire ou de l'énergie.

Ses sujets d'expertises s'articulent autour de la conformité RGPD et IAB-TCF, l'activation des données et ses enjeux actuels (cookieless, adblocking et consentement).

> Corentin est consultant senior dans un cabinet de conseil spécialisé dans la transformation des organisations.

Il intervient depuis 3 ans sur des sujets de web-analyse et data marketing pour des acteurs du secteur

des paris sportifs, média, hôtelier et telecom.

Ses sujets d'expertises s'articulent principalement autour de l'exploitation et activation des données produit à des fins d'optimisation, et accompagnement de ses clients dans leur montée en compétence sur les outils analytics.