

<b>Date</b>	12/12/2023	<b>Horaires</b>	09h30 - 17h30
<b>Durée</b>	7.00 heures	<b>Lieu de la formation</b>	Sur site

Les objectifs de l'action sont les suivants :

- Vous comprendrez le fonctionnement global d'une CDP
- Vous aurez connaissance de l'écosystème du marché des CDP
- Vous aurez en tête plein d'idées de cas d'usages à pouvoir réaliser grâce à une CDP
- Vous aurez une vision lucide et éclairée des réalités inhérentes à l'intégration d'une CDP et aux retours que l'on peut en espérer
- Vous serez attentifs à certains points de vigilances pour préparer dans les meilleures conditions l'intégration d'une CDP dans votre entreprise

---

### Aperçu :

Les CDP : contexte et concepts

- Comment en sommes nous arrivés aux CDP ?

Rappelez vous, il y a quelques années les annonceurs ne juraient que par les DMP... Mais aujourd'hui les évolutions réglementaires et techniques ont condamné les DMP "ancienne génération" à la faveur des DMP centrées sur les données first party. Focus sur une transition non sans grincements de dents !

L'émergence et la montée en puissance des stratégies dites data driven pour les grands annonceurs. L'injonction est-elle devenue réalité ? Quid de la maturité des annonceurs sur le sujet ? A partir de quel moment peut-on se targuer d'être une entreprise Data Driven ? Suffit il d'avoir une DMP ?

Définition des concepts importants

Pour s'assurer de parler tous le même langage en ce début de formation

ID uniques, SSO ou encore le ciblage contextuel , "Topics" et Privacy sandbox; outils full-stack ; Scoring Modules IA, connecteurs....de quoi parle t-on ?

CDP : comment ça marche, quelles sont les promesses ? Les irritants et les alternatives

Quelles sont les promesses d'une CDP pour les entreprises ?

- Activation omnicanale
- Agilisation
- Temps réel

Mais....Quelles peuvent être les « désillusions » et irritants

- Coûts
- Le calcul du ROI
- Organisation à optimiser

Quelles sont les alternatives aux CDP ?

Une étude des principaux cas d'usages

- Acquisition
- Conversion
- Fidélisation
- Transversalité

Benchmark des acteurs proposant des CDP

- Une cartographie des acteurs du marché et de leurs solutions

Les bonnes pratiques pour se lancer dans un projet CDP (et réussir) sur le cadrage, le choix de solution et le déploiement

Une démonstration avec quelques cas d'usage en direct et une étude de cas pour valider les acquis.

Afin de garantir la qualité des échanges, cette formation se tiendra pour un minimum de 5 inscrits

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

---

### Description :

Permettant de répondre aux enjeux d'omnicanalité, des alliés dans l'application du cadre réglementaire, et une réponse aux cookies tiers.

Les CDP offrent de nombreuses opportunités pour répondre aux besoins des équipes métier.

A la condition toutefois de bien cerner ses attentes en amont, à travers une liste précise des cas d'usage.

Il n'existe pas en effet UNE technologie CDP, avec UNE architecture et UNE organisation.

Cette formation vous éclairera sur le fonctionnement, les cas d'usage pour se lancer sereinement dans un projet de CDP.

---

### Particularités :

Votre expert-formateur : Guillaume

> 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 l'activation des données et ses enjeux liés à la conformité et au cookieless.