

# Stratégies publicitaires innovantes dans un monde Post-Cookies

## Programme Pédagogique Détaillé

*Dernière mise à jour le 24 oct 2024*

<b>Présentation générale</b>	<b>1</b>
<b>Pré-requis</b>	<b>2</b>
<b>Niveau requis</b>	<b>2</b>
<b>Contenu</b>	<b>2</b>
<b>Durée</b>	<b>3</b>
<b>Lieu d'accueil</b>	<b>3</b>
<b>Modalités et délais d'accès</b>	<b>3</b>
<b>Tarif</b>	<b>3</b>
<b>Moyens pédagogiques</b>	<b>3</b>
<b>Moyens techniques</b>	<b>4</b>
<b>Moyens d'encadrement</b>	<b>4</b>
<b>Modalités d'évaluation</b>	<b>5</b>
<b>Accessibilité aux personnes en situation de handicap</b>	<b>5</b>
<b>Contact</b>	<b>5</b>

## Présentation générale

- Après plusieurs annonces concernant la fin des cookies tiers, Google a finalement décidé de maintenir leur utilisation dans Chrome, tout en promettant une « nouvelle expérience » où les utilisateurs auront la possibilité de « faire un choix éclairé » sur leur navigation.
- Cependant, il serait illusoire de croire que cela marque un retour définitif des cookies tiers. Ces derniers sont déjà exclus de Safari et Firefox, et même si Google a décidé de les conserver temporairement, il est impératif de voir cette décision comme un sursis, non comme un rétablissement durable.
- Le 26 juillet 2024, le W3C a renforcé cette perspective en publiant un article intitulé « Third Party Cookies Must Be Removed », réaffirmant que la suppression des cookies tiers est une tendance inéluctable.
- Il est donc plus important que jamais de se préparer à un futur sans cookies tiers, dans un environnement où les réglementations sur la protection des données se durcissent.

**Publics-cibles :** Collaborateurs des services marketing & communication, digital, e-commerce

### Pré-requis (pré requis techniques) :

Vous avez une première connaissance des outils d'Analytics. Vous pilotez des campagnes digitales (Google Ads, ...)

**Niveau requis :** Intermédiaire, avancé

### Objectifs pédagogiques :

- **Comprendre les enjeux liés aux cookies tiers :** Les participants comprendront les implications de la fin des cookies tiers sur leurs stratégies numériques et publicitaires, et apprendront comment adapter leurs dispositifs pour un monde sans ces cookies.
- **Anticiper les changements futurs malgré la décision de Google :** Bien que Google conserve temporairement les cookies tiers, les régulations et les attentes des utilisateurs évoluent constamment. Les participants apprendront à rester agiles et à anticiper ces transformations futures.
- **Adapter les stratégies techniques et commerciales :** La formation permettra d'ajuster les stratégies pour maximiser l'usage des cookies tiers tout en intégrant des solutions complémentaires, notamment l'utilisation des données first-party et le tracking server-side.
- monde sans cookies tiers.

## Contenu

### Introduction : Le rôle des cookies tiers dans la publicité digitale

- Comprendre le fonctionnement des cookies.
- Différenciation entre cookies tiers et first-party.
- Rôle des cookies tiers dans le ciblage publicitaire et l'attribution.

- Les raisons initiales du projet de suppression des cookies tiers et les motivations derrière la décision de Google de les conserver temporairement.
- Aperçu des initiatives des autres navigateurs (Safari, Firefox) qui ont déjà restreint l'usage des cookies tiers.

### **Analyse des impacts de la fin des cookies tiers**

Quels dispositifs publicitaires sont déjà impactés ?

Quelles pratiques seront limitées ou impossibles avec la fin des cookies tiers ?

Quels dispositifs resteront inchangés ?

Quelles sont les limites persistantes à l'utilisation des cookies tiers, notamment en termes de réglementation et de perception des utilisateurs ?

### **Solutions pour s'adapter**

*Optimisation avec les cookies tiers et au-delà :*

- Exploiter les cookies tiers dans les contextes encore favorables.
- Stratégies techniques pour maximiser l'utilisation sécurisée des cookies tiers.

### **Renforcer l'utilisation des données first-party et zero-party**

- L'avènement des données first-party et zero-party.
- Comment réorienter les stratégies publicitaires autour de ces données.
- Fonctionnement, enjeux et solutions concrètes pour collecter et exploiter les données ZPD et FPD.

### **Le tracking Server-Side**

- Ne plus dépendre des navigateurs et de leurs blocages croissants.
- Fonctionnement et avantages du tracking server-side.
- Exemples concrets de solutions à mettre en place.

### **Déployer les solutions de tracking des grandes plateformes**

- Google Ads et le suivi avancé des conversions (« enhanced conversions »).
- Meta (Facebook) CAPI.
- TikTok Conversion API.
- Google Consent Mode V2.

### **Le retour du ciblage contextuel**

- Comprendre l'importance croissante du ciblage contextuel dans un environnement post-cookies.
- Comparaison avec le ciblage comportemental et exploration des avantages du ciblage contextuel.

### **Autres solutions explorées**

- Universal IDs et Publisher Provided IDs (PPIDs).
- Google Privacy Sandbox.
- Solutions probabilistiques proposées par les GAMAM.

- Partage de données entre entreprises pour optimiser les stratégies publicitaires.

### **Comprendre les prérequis techniques**

- Mise en place de serveurs dédiés pour le tracking server-side.
- Développement de bases de données clients connectables aux outils publicitaires (CDP, CRM, etc.).
- Construire un écosystème de partenaires adtech moins dépendants des cookies.

### **Conclusion**

Synthèse des enjeux liés à la raréfaction/fin des cookies tiers

Résumé des impacts et des solutions possibles pour s'adapter à ce nouvel environnement publicitaire.

**Durée : 7 heures**

**En présentiel**

**Lieu d'accueil : 57 avenue Franklin Delano Roosevelt- 75008 Paris**

### **Modalités et délais d'accès**

Les sessions sont déployées en inter-entreprise, selon un calendrier disponible sur le site <https://formations.ebg.net/content/inter-entreprise>

### **Tarif :**

Formation accessible dans le cadre d'une « adhésion EBG premium » ([cliquez ici pour en savoir +](#)) ou encore en souscrivant à 1 accès formation auprès de notre organisme de formation Faculté.s ([cliquez ici](#) pour consulter nos modalités).

### **Moyens pédagogiques**

Chaque participant reçoit, en début de formation, un questionnaire de positionnement pour mieux comprendre la nature du projet visé par le participant et mieux apprécier les compétences de conduite de projet déjà acquises. Les résultats sont communiqués aux formateurs pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation et adapter l'accompagnement en fonction des projets.

La formation repose sur une approche pédagogique par le faire, alternant séquences de transmission par le formateur et exercices encadrés de mise en application des compétences, pratiques et postures par les participants.

Chaque séquence pédagogique prévoit la mise à disposition d'outils et de guides permettant aux stagiaires de concrétiser, de manière itérative, les apprentissages.

Des séquences de pair-à-pair sont organisées pour faciliter et encourager l'apprentissage horizontal, entre les participants.

### **Moyens techniques**

La formation est proposée en présentiel.

La salle de formation dispose de l'ensemble des équipements nécessaires à l'accueil des participants et à la réalisation de la formation : tables, chaises, vidéo-projecteur, paperboard, crayons et stylos, post-it, connexion Internet.

L'accueil des participants se fait dans le respect du Protocole sanitaire applicable aux organismes de formation.

Le formateur et les participants signent, par demi-journée, une feuille d'émargement.

### **Moyens d'encadrement**

La formation est assurée par un formateur expert dans la thématique ciblée, disposant d'une expérience professionnelle significative sur la thématique ainsi que d'une expérience significative en termes d'animation de formation.

Un CV des formateurs est disponible, sur demande.

### **Modalités d'évaluation**

Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.

Le formateur alterne exercices / cas pratiques, et quiz qui permettent de valider les acquis des participants.

Une attestation de réalisation est remise à chaque participant à l'issue de la formation.

### **Accessibilité aux personnes en situation de handicap**

Cette formation est ouverte au plus grand nombre, et notamment aux personnes en situation de handicap. Une attention particulière sera portée, dans le cadre du processus d'inscription, pour comprendre la nature de la situation de handicap et envisager les modalités d'adaptation ou de compensation les plus adéquates. N'hésitez donc pas à nous contacter pour en discuter ensemble, en toute confidentialité.

### **Contact**

Contactez nous :

Olga SEBE

07 80 91 18 65

Formations@ebg.net