

Data Management Platform (DMP)

Apprenez à définir et concevoir un projet Data management Platform de A à Z

Filière : **Référentiels Clients** Sous-filière : **CDP / DMP**

RÉFÉRENCE	DURÉE	PRIX UNITAIRE HT
DMP01	1 JOUR (7H)	990 €

Description

Cette formation est à destination des annonceurs qui s'interrogent sur la pertinence de mettre en place une DMP dans leur organisation. L'objectif est de transmettre la méthodologie nécessaire à la définition et au pilotage d'un projet DMP.

Le format inter-entreprises offre la possibilité d'échanger avec d'autres annonceurs et de travailler en sous-groupe sur des cas d'usage adaptés à vos objectifs métier.

Objectifs pédagogiques

- Démontrer les enjeux business qui justifient l'implémentation d'une DMP dans un écosystème digital
- Donner les clés pour aborder un projet DMP de manière éclairée
- Comprendre le panorama des acteurs DMP, aux positionnements très différents mais souvent complémentaires

Public cible

Directeur e-commerce, Digital manager, Directeur stratégie digitale, Responsable digital & CRM, Responsable acquisition digitale, Responsable DSI

Pré-requis

Aucun

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

OXiane Institut

98 avenue du général Leclerc
92100 Boulogne-Billancourt

RCS Nanterre 430 112 250 000 21 / Code NAF 6202A
Organisme de formation N° 11 92 16 52 492

Méthodes pédagogiques

50 % Théorie / 50 % Pratique

Programme de la formation

A quoi sert une DMP ?

- Comment les DMP permettent d'améliorer la performance de ses leviers marketing grâce à une meilleure connaissance client ?
- Qu'est-ce que permet et ne permet pas de faire la DMP ?

Comment s'intègre une DMP dans l'écosystème digital d'un annonceur ?

- La DMP au sein des l'environnement média
- DSP
- Trading Desk
- AdServer
- AdExchange

DMP, Data Lake : différences et complémentarités

Un projet DMP de A à Z

- Désiloter la donnée
- Améliorer la performance des campagnes
- Enrichir la connaissance client
- Analyser des comportements cross canaux
- Enrichir la DMP avec des données externes
- Réconcilier ad-centric et site-centric
- Relier DMP et CRM
- Réunifier le parcours client
- DMP et Big Data

Réussir son projet DMP

Atelier : Comment définir ses use cases ?

Qualité

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, nous contacter en cas de besoin d'informations complémentaires.

OXiane Institut

98 avenue du général Leclerc
92100 Boulogne-Billancourt

RCS Nanterre 430 112 250 000 21 / Code NAF 6202A
Organisme de formation N° 11 92 16 52 492



Programme mis à jour le **29 février 2024**