

Programme de formation

Séminaire : État de l'art des CDP (Customer Data Platforms)

Comprendre et mettre en oeuvre une CDP

Durée

0,5 jours / 3,5 heures

Description

Un nouvel acronyme vient de voir le jour : CDP pour Customer Data Platform.

Au delà d'un endroit central où sont stockées les informations clients, de quoi s'agit-il et pourquoi les solutions existantes permettant déjà de gérer, traiter et exploiter de la donnée client ne sont-elles pas suffisantes ? Quels déficits viennent combler les CDP ? D'où est né ce besoin, est-il réellement nouveau ? Pourquoi ce positionnement rapide des éditeurs sur les solutions CDP ? Quelles sont leurs origines, leurs différences ?

C'est ce qui sera abordé lors de ce séminaire en s'appuyant sur des retours d'expérience et des architectures de la vraie vie.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'intérêt d'une CDP pour votre stratégie marketing omnicanal
- Apprendre à mettre en oeuvre une CDP
- S'orienter dans le marché des CDP

Public

Intervenants impliqués dans des projets de transformation numérique (dirigeant, directions métier, direction marketing, DSI, direction de programme, chefs de projets ...)

Pré-requis

Aucun

Méthodes pédagogiques

50 % théorie/ 50 % retours d'expérience et échanges

Profil intervenant

L'ensemble de nos formations sont animées par des formateurs expérimentés possédant une expérience terrain éprouvée.

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'échanges avec les intervenants.

Programme

Les architectures omnicanales ...de l'importance des référentiels de données...

Engagement Client et vue 360

CDP, DMP, CRM

CDP : principes, services rendus, fonctionnement

Le projet CDP : étapes de conception et mise en oeuvre

Le marché des CDP