

Parcours data, média et programmatisation

PROGRAMME

JOUR 1

Introduction

1. Introduction à la data

- Les concepts clés de la data
- Quiz** : Vocabulaire data et programmation
- Les enjeux marché (publishers, advertisers)
- Les acteurs de la data
- Les usages de la data
- Zoom sur les usages média / programmation

JOUR 2

2. Les outils et technologies de la data

- Les concepts-clés (statistiques, machine learning...)
- Les métiers
- Échanges et débat avec un data scientist
- La collecte de données
- Zoom sur les data lake
- Enjeu de la création d'une DMP interne
- Atelier** : manipulation d'une DMP
- Les étapes-clés d'un projet data

3. ROI, Brand Safety & Privacy

- Les KPI et le ROI de la data
- Brand safety, RGPD et ePrivacy

JOUR 3

4. Data & media

- Comment valoriser ses data ?
- Explorer et identifier les opportunités internes et externes

- Zoom sur le métier de media trader

Atelier : piloter ses campagnes programmatisation

- Zoom sur le programmation TV

Atelier : élaborer et vendre en interne ou en externe un projet data

5. Future

- Coup d'oeil sur l'avenir des médias

Conclusion et évaluation

DESCRIPTION

Une formation de trois jours pour identifier les opportunités et l'utilisation des data dans le cadre d'une campagne média pour un client interne ou externe

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser le vocabulaire et les concepts clés du traitement des données omicanal
- Identifier les étapes et outils des professionnels de la data (data scientist, media trader...)
- Valoriser la data dans une stratégie média digitale

PUBLIC

Toute personne souhaitant s'orienter vers le métier de media trader, ou amenée à valoriser les data dans son périmètre d'intervention récurrent (marketing, études, vente, etc)

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 690 euros HT

INTERVENANTS

Matthieu FERRAGUT, Consultant digital
Laura BILLARD, Consultante RTB - Amnet (Trading Desk Dentsu)

DATES

Du 8 au 10 avril 2019
Du 12 au 14 novembre 2019

