

Customer Data Platform (CDP) : unifier les données clients pour un marketing omnicanal

Lien : https://maroc-performance.com/formation/customer-data-platform-cdp-unifier-les-donnees-clients-pour-un-marketing-omnicanal

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
MAR88

CATÉGORIE
Web Analytics et Tracking

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les principes, fonctionnalités et architectures des Customer Data Platforms.
- Identifier les différences entre CDP, CRM, DMP, Data Warehouse et autres plateformes de données.
- Collecter, intégrer et unifier les données clients provenant de multiples sources.
- Construire une vue client 360° grâce aux techniques de Customer Identity Resolution.
- Améliorer la qualité, la gouvernance, la sécurité et la conformité des données clients.
- Construire des segments dynamiques et exploiter la Customer Intelligence pour mieux cibler les audiences.
- Orchestrer des Customer Journeys cohérents et personnalisés sur l’ensemble des canaux.
- Exploiter l’IA et les modèles prédictifs pour développer la personnalisation et le Next Best Action.
- Intégrer efficacement la CDP dans le CRM, le Marketing Automation et l’ensemble du MarTech Stack.
- Piloter la performance et élaborer une stratégie CDP permettant d’accélérer la transformation du marketing omnicanal.

POUR QUI ?

- Directeurs marketing, Chief Marketing Officers et responsables marketing digital.
- Responsables CRM, Customer Experience et Customer Journey.
- Responsables Data, Data Analytics et Customer Intelligence.
- Responsables Marketing Automation et campagnes omnicanales.
- Responsables acquisition, fidélisation et connaissance client.
- Responsables e-commerce, digital et transformation marketing.
- Responsables IT, architecture data et systèmes d’information marketing.
- Data Analysts, CRM Analysts et spécialistes de la personnalisation.
- Consultants en Data Marketing, MarTech, CRM et transformation digitale.
- Cadres dirigeants souhaitant exploiter une CDP pour construire une stratégie client unifiée, personnalisée et data-driven.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux et architecture d’une Customer Data Platform

- Comprendre les principes, fonctionnalités et composants d’une CDP moderne.
- Identifier les différences entre CDP, CRM, DMP, Data Warehouse et Data Lake.
- Définir l’architecture cible d’une CDP adaptée aux objectifs marketing et commerciaux.

2 / Collecte et intégration des données clients

- Identifier les différentes sources de données : CRM, e-commerce, applications, réseaux sociaux et points de vente.
- Connecter et intégrer les données first-party issues des différents canaux de contact.
- Mettre en place des pipelines permettant une alimentation fiable et continue de la CDP.

3 / Customer Identity Resolution et vue client unifiée

- Réconcilier les identités clients provenant de systèmes et canaux différents.
- Construire un profil client 360° à partir de données comportementales, transactionnelles et déclaratives.
- Gérer les doublons, identifiants, consentements et règles de rapprochement des profils.

4 / Data Quality, gouvernance et conformité des données

- Mettre en place des règles de qualité, normalisation, déduplication et enrichissement des données.
- Définir les responsabilités, processus et règles de Data Governance dans la CDP.
- Intégrer les exigences de confidentialité, consentement, protection des données et gestion des préférences clients.

Maroc Performance

5 / Segmentation intelligente et Customer Intelligence

- Construire des segments dynamiques à partir des données clients unifiées.
- Combiner critères démographiques, transactionnels, comportementaux et prédictifs.
- Exploiter la Data Analytics et l'IA pour identifier les profils, tendances et opportunités commerciales.

6 / Customer Journey et orchestration omnicanale

- Cartographier les parcours clients à partir des interactions collectées dans la CDP.
- Déclencher des actions marketing cohérentes selon le contexte et le comportement du client.
- Orchestrer les interactions sur les canaux web, mobile, email, SMS, réseaux sociaux et points de vente.

7 / Personnalisation et Next Best Action

- Utiliser les profils unifiés pour personnaliser les contenus, offres et communications.
- Déployer des mécanismes de recommandation et de Next Best Action.
- Adapter les actions marketing en temps réel selon les comportements et signaux clients.

8 / CDP, IA et marketing prédictif

- Exploiter l'intelligence artificielle pour prédire les comportements et intentions d'achat.
- Développer des modèles de Customer Lifetime Value, churn, propensity et lead scoring.
- Utiliser l'IA générative pour produire des contenus marketing contextualisés et personnalisés.

9 / Intégration de la CDP dans le Marketing Technology Stack

- Connecter la CDP aux CRM, outils marketing automation, plateformes publicitaires et solutions d'analytics.
- Concevoir les flux de données entre la CDP et les différents systèmes de l'écosystème marketing.
- Assurer la synchronisation des audiences, événements, profils et données entre les plateformes.

10 / Pilotage de la CDP et performance du marketing omnicanal

Maroc Performance

- Définir les KPI permettant de mesurer l’adoption, la qualité des données et la performance marketing.
- Mesurer l’impact de la CDP sur l’acquisition, la conversion, la fidélisation et la Customer Lifetime Value.
- Élaborer une feuille de route permettant d’industrialiser la CDP et de construire une stratégie marketing véritablement data-driven.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

07 au 11 Déc. 2026	Présentiel -
12 au 18 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 12 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 07 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 02 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés