

COMMENT ÉVITER L'ÉCHEC D'UN PROJET CDP

www.celebrus.com

Les bons outils pour que vos données travaillent pour vous

La promesse des **Customer Data Platforms (CDP)**, qui collectent, unifient et activent les données clients provenant de sources multiples, n'a **pas été à la hauteur** ces dernières années. Nous constatons une **augmentation de la frustration** de la part des marques qui choisissent d'investir dans les CDP.

“ Si vous travaillez encore sur un projet CDP, il est temps de penser différemment à votre problème de données. ”

01 LE PROBLÈME DES DONNÉES

Expérience des projets CDP :

- Silos de données avec un manque de structure
- Profils de clients incomplets
- Données qui ne sont pas disponibles au bon moment pour être réellement utilisées
- Données qui ne disposent pas d'un chemin clair vers l'activation et la conformité
- Des solutions médiocres pour l'identité numérique en raison de la dépendance au tagage et de la mauvaise qualité des données qui en résulte.

À quoi ressemble le bien :

- Vérification de l'identité numérique qui établit des profils numériques de ces personnes qui persistent au fil du temps
- Tirez parti d'un modèle de données structuré pour alimenter des intégrations transparentes
- La possibilité de capturer toutes les interactions sans avoir à écrire de code ou de tags personnalisés

02 LE PROBLÈME DE L'ÉCHELLE

Expérience des projets CDP :

- Incapacité à utiliser les données quand vous en avez besoin
- Manque de résolution d'identité numérique sur le moment
- L'absence d'une structure qui rend les données utilisables
- Défis de gouvernance des données à partir de chaque flux d'informations

À quoi ressemble le bien :

- Des données disponibles dans le bon format au bon moment, tout le temps
- La possibilité de rappeler instantanément les profils des personnes anonymes et connues
- Propriété et contrôle complets des données
- Une piste d'audit complète des informations pour comprendre les données et les sources

03 LA PERTE DE CONTRÔLE

Expérience des projets CDP :

- La perte de propriété et de contrôle des données
- Problèmes de conformité liés aux sources de données
- Risques liés aux informations personnelles dans les intégrations des systèmes avals
- L'incapacité à conserver les préférences d'un consommateur sur le digital et la perte de confiance client

À quoi ressemble le bien :

- Capturer, stocker et conserver les préférences d'un utilisateur dans le cadre du profil
- Fournir une propriété et un contrôle complets des données
- S'assurer que les intégrations peuvent protéger les informations personnelles
- S'assurer que toutes les données sont vraiment de première partie
- Flexibilité du système pour respecter les diverses réglementations en matière de confidentialité



Avec **90 % des spécialistes du marketing** déclarent que leur CDP ne répond pas aux besoins actuels de l'entreprise (selon une étude Forrester/Zeta Global), il est important de comprendre pourquoi il en est ainsi et pourquoi la promesse d'une CDP **échoue chaque jour pour les marques.**

TIREZ LE MEILLEUR PARTI DE VOS DONNÉES AVEC CELEBRUS

Connecter les marques et les consommateurs grâce à de meilleures données.

Alors que de plus en plus de projets CDP échouent, il est important d'identifier leurs pièges à l'avance et de rechercher une solution qui peut vous aider à rester sur la bonne voie. Si vous avez du mal à corriger et à limiter les données, à mettre en place une vérification d'identité numérique appropriée ou à utiliser les données en temps réel, discutons-en.

[Connectez-vous avec nous](#)