

Marketing Mix Modeling (MMM) & Attribution Multi-Touch : Mesurer le ROI dans un Monde Sans Cookies

Lien : https://innov-maroc.com/formation/marketing-mix-modeling-mmm-attribution-multi-touch-mesurer-le-roi-dans-un-monde-sans-cookies

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
TWDC75

CATÉGORIE
Marketing Digital, Acquisition et Performance

INNOV MAROC

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les principes du Marketing Mix Modeling et de l’attribution Multi-Touch
- Concevoir une stratégie de mesure marketing adaptée à un environnement sans cookies tiers
- Collecter, préparer et gouverner les données marketing
- Construire et interpréter un modèle de Marketing Mix Modeling
- Comparer et mettre en œuvre différents modèles d’attribution
- Mesurer précisément le ROI, le ROAS et la contribution des canaux marketing
- Optimiser l’allocation des budgets publicitaires grâce à l’analyse des données
- Mettre en œuvre une stratégie basée sur les données propriétaires (First-Party Data)
- Industrialiser les modèles de mesure et les tableaux de bord décisionnels
- Renforcer la conformité aux exigences de protection des données
- Accompagner les décisions stratégiques grâce aux analyses marketing avancées
- Réaliser un projet complet d’analyse et d’optimisation de la performance marketing

👥 POUR QUI ?

- Marketing Analysts
- Data Analysts
- Data Scientists
- Responsables Marketing
- Digital Marketing Managers
- Growth Managers
- CRM Managers
- Business Intelligence Analysts
- Consultants en Marketing Digital
- Responsables E-commerce
- Chefs de projets Data & Marketing
- Toute personne souhaitant mesurer, analyser et optimiser la performance des investissements marketing dans un environnement sans cookies

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Introduction au Marketing Mix Modeling (MMM) et à l’Attribution Multi-Touch

- Évolution de la mesure marketing dans un environnement sans cookies tiers
- Différences entre MMM, attribution et analyses d’incrémentalité
- Enjeux de la mesure du ROI marketing

2 / Collecte et préparation des données

- Identification des sources de données marketing et commerciales
- Consolidation des données online et offline
- Nettoyage, normalisation et gouvernance des données

3 / Fondamentaux du Marketing Mix Modeling (MMM)

- Variables explicatives et facteurs d’influence
- Modélisation statistique des performances marketing
- Effets de saturation, d’adstock et saisonnalité

4 / Modèles d’attribution Multi-Touch

- Attribution linéaire, décroissance temporelle et basée sur la position
- Attribution pilotée par les données (Data-Driven Attribution)
- Comparaison des différents modèles d’attribution

INNOV MAROC

5 / Mesure de l’efficacité des campagnes

- Calcul du ROI, ROAS, CAC et CLV
- Analyse de l’incrémentalité des actions marketing
- Évaluation de la contribution de chaque canal

6 / Outils et technologies d’analyse marketing

- Plateformes de Business Intelligence et de Data Visualisation
- Solutions d’analytics et de mesure marketing
- Automatisation des traitements et des tableaux de bord

7 / Optimisation budgétaire et allocation des investissements

- Répartition optimale des budgets marketing
- Scénarios de simulation et prévisions
- Arbitrage entre canaux digitaux et traditionnels

8 / Gouvernance, confidentialité et conformité

- Protection des données personnelles
- Stratégies First-Party Data et Consent Management
- Conformité aux réglementations sur la confidentialité

9 / Industrialisation des modèles analytiques

- Automatisation des pipelines de données
- Monitoring et mise à jour des modèles
- Intégration dans les processus décisionnels

10 / Cas pratiques et projet de bout en bout

- Construction d’un modèle MMM
- Mise en œuvre d’une stratégie d’attribution Multi-Touch

INNOV MAROC

- Élaboration de recommandations pour optimiser le ROI marketing

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

08 au 12 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 09 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
31 Mai au 04 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
26 au 30 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
20 au 24 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Réservation & Renseignements

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

INNOV MAROC — Tous droits réservés