



8 FAÇONS POUR LES ANNONCEURS, LES AGENCES DE PUBLICITÉ ET LES ENTREPRISES ADTECH D’AFFINER LEURS CONNAISSANCES ET D’AUGMENTER LEUR ROI GRÂCE AU MEDIA DATA CLOUD



GUIDE DE RÉUSSITE
POUR LE SECTEUR
DE LA PUBLICITÉ,
DES MÉDIAS ET DU
DIVERTISSEMENT

TABLE DES MATIÈRES

- 3** Le monde changeant de la publicité en ligne
- 4** Annonceurs : l'heure est venue d'exploiter vos données
- 5** Cas d'usage en publicité de marque et en agence de publicité :
 - 5** 1. Tirer parti des données, de la planification à la mesure de l'efficacité
 - 6** 2. Encourager une publicité respectueuse de la vie privée
 - 7** 3. Développer vos compétences publicitaires technologiques
 - 8** 4. Optimiser l'efficacité de la publicité
- 9** Cas d'usage en AdTech :
 - 9** 5. Exploiter les informations et optimiser l'efficacité de vos campagnes
 - 10** 6. Collaborer sur des données en toute sécurité et conformité
 - 11** 7. Ouvrir de nouveaux canaux de monétisation
 - 12** 8. Proposer des applications et des innovations aux clients
- 13** Libérer le pouvoir des données dans la publicité
- 14** À propos de Snowflake



ANNONCEURS : L'HEURE EST VENUE D'EXPLOITER VOS DONNÉES

Chez Snowflake, nous ouvrons la voie de la mobilisation des données afin d'aider les annonceurs à captiver et enthousiasmer leurs audiences. Grâce au **Media Data Cloud Snowflake**, les annonceurs peuvent affiner la segmentation du marché et mieux cibler leurs audiences. Ils peuvent créer des vues complètes à 360 degrés des parcours des clients pour proposer plus rapidement du contenu plus ciblé. Ils peuvent augmenter les recettes publicitaires en exploitant de nouveaux canaux innovants, tels que la monétisation des données. En outre, ils peuvent offrir à leurs clients une publicité en ligne différenciée et des informations plus approfondies sur les données. Enfin, ils peuvent améliorer l'efficacité de la publicité et démontrer le retour sur investissement de leurs efforts marketing. Snowflake permet aux annonceurs d'obtenir tous ces avantages et plus encore pour devancer la concurrence.

Dans le même temps, le Media Data Cloud permet aux annonceurs de collaborer et d'exploiter facilement les données tout en respectant les exigences réglementaires, telles que le règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne et la California Customer Privacy Act (CCPA). Snowflake reconnaît que la protection de la vie privée des consommateurs est primordiale pour nos clients marketing.

Cet eBook explore certaines des stratégies innovantes que déploient nos clients de la publicité de marque, agences de publicité et entreprises AdTech, pour exploiter en toute sécurité la valeur des données afin d'attirer et de fidéliser leurs audiences grâce à Snowflake, une plateforme mondiale qui alimente le Data Cloud. Les quatre premiers cas d'usage sont destinés aux annonceurs de marque et aux agences de publicité. Les quatre derniers cas d'usage sont axés sur les plateformes AdTech.



ANNONCEURS DE MARQUE ET AGENCES

1. TIRER PARTI DES DONNÉES, DE LA PLANIFICATION À LA MESURE DE L'EFFICACITÉ

LE DÉFI

Les clients des agences de publicité attendent aujourd'hui que celles-ci leur fournissent des informations plus granulaires à partir de données. Pour répondre aux attentes de leurs clients, les agences doivent exploiter les données provenant de diverses sources afin d'optimiser toutes les étapes des campagnes marketing, de la planification aux mesures de l'efficacité. Ces données doivent être agrégées, centralisées et mobilisées de manière transparente afin de pouvoir les analyser pour améliorer la personnalisation et les campagnes, et mesurer l'attribution et le revenu moyen par utilisateur (ARPU).

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Ces dernières années, de nombreuses grandes sociétés de publicité ont acquis ou lancé des sociétés de données, ou se sont associées à des acteurs du domaine des données, pour accroître leurs capacités en matière de données et de technologie. Ces capacités sont essentielles pour le marketing axé sur le client. Le Media Data Cloud permet aux agences d'accéder à des données, de les unifier, de les analyser et de les partager en toute sécurité, entre leurs unités commerciales internes et leurs clients, de plusieurs façons. Le data mesh est une approche de la gestion de données de plus en plus populaire, et les entreprises de publicité multimédia choisissent Snowflake comme plateforme pour leur data mesh afin de décentraliser la gestion de données. Le data mesh peut améliorer l'agilité et l'évolutivité de l'entreprise et éviter les goulots d'étranglement organisationnels souvent liés à des approches centralisées et monolithiques.

CLIENT À LA UNE



SIÈGE SOCIAL
SECTEUR

New York, NY
Services de publicité

WPP, la plus grande société de conseil en publicité et médias au monde, possède une grande quantité de données qui sont réparties à travers son vaste réseau de sociétés d'exploitation. Pour relever le défi de la gestion et de l'exploitation de ces données, WPP a formé en 2021 une nouvelle société mondiale de produits et de technologies de données, appelée Choreograph. Sa mission est de créer un système de dynamisation des données de bout en bout capable d'exploiter les données des différentes marques de WPP pour créer des liens plus étroits avec ses clients et stimuler sa croissance. Choreograph relève ce défi en utilisant Snowflake pour créer un data mesh qui offre de nouvelles fonctionnalités de Data Sharing aux sociétés d'exploitation de WPP et à leurs clients. Le Media Data Cloud a permis à Choreograph de créer des « zones client » gouvernées, au sein desquelles les clients et les agences peuvent collaborer plus en profondeur.

[En savoir plus](#)



ANNONCEURS DE MARQUE ET AGENCES

2. ENCOURAGER UNE PUBLICITÉ RESPECTUEUSE DE LA VIE PRIVÉE

LE DÉFI

Les annonceurs et les spécialistes du marketing sont confrontés à de nouvelles réglementations en matière de confidentialité, à des restrictions plus importantes concernant l'identité et bientôt à des dates d'expiration de cookies, ce qui les oblige à repenser la personnalisation et l'attribution. Bien que ces changements sont susceptibles de perturber l'ensemble de l'écosystème publicitaire, de nouvelles opportunités liées à la confidentialité émergeront pour les entreprises pour leur permettre de suivre les utilisateurs sur toutes les plateformes, tout en respectant leurs préférences en matière de confidentialité. Les données, ainsi que la manière dont elles sont intégrées et exploitées dans l'entreprise, continueront d'être un facteur de différenciation pour la réussite des campagnes. Toutefois, **selon une enquête récente, près de 50 % des responsables marketing** admettent qu'ils ne sont pas prêts pour la fin des cookies tiers.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Le Media Data Cloud permet aux annonceurs de partager des données afin d'améliorer la segmentation, la planification, l'activation et la mesure de l'efficacité des campagnes, tout en respectant les normes de confidentialité dans un monde post-cookies. Snowflake permet aux annonceurs de créer leur propre vue client à 360° sur mesure, ce qui facilite la personnalisation des expériences client ainsi que le respect de la vie privée. Le Media Data Cloud dispose de **fonctionnalités de calcul multipartites sécurisées uniques**, notamment des data clean rooms, pour répondre aux problèmes de résolution et d'attribution des identités, mais également de mesure, dans un monde sans cookies. Comme de nombreuses données de premier ordre de nos clients se trouvent déjà dans le Data Cloud Snowflake, il est facile de les connecter en toute sécurité à d'autres sources de données grâce aux fonctionnalités de partage de données sécurisé.

CLIENT À LA UNE

84.51°

SIÈGE SOCIAL

Cincinnati, Ohio

SECTEUR

Conseil et services aux entreprises

84.51° est une entreprise de retail de data science, d'informations et de médias, appartenant à Kroger. Ses données concernent près de la moitié des ménages américains, ce qui équivaut à des milliards de transactions par an. L'entreprise doit traiter ces données et les partager en toute sécurité avec Kroger et ses clients du retail, qui les rassemblent ensuite pour obtenir des informations commerciales exploitables. Grâce au Data Cloud Snowflake, 84.51° exploite des data clean rooms qui permettent la connexion sécurisée de données distribuées entre plusieurs plateformes et parties. Les clients utilisent ensuite ces données pour créer une expérience client plus personnalisée et plus efficace. Le Data Cloud Snowflake permet à 84.51° de partager facilement et en toute sécurité les données et la data science avec ses clients et partenaires afin qu'ils puissent élaborer des stratégies gagnantes pour Kroger, ses marques et le consommateur final.

En savoir plus



ANNONCEURS DE MARQUE ET AGENCES

3. DÉVELOPPER VOS COMPÉTENCES PUBLICITAIRES TECHNOLOGIQUES

LE DÉFI

Le marché mondial de l'AdTech devrait atteindre **29,85 milliards de dollars d'ici 2026**, avec une croissance de 7,9 % par an. Les compétences publicitaires technologiques peuvent aider les entreprises à améliorer la personnalisation et la segmentation de l'audience pour leurs campagnes publicitaires, à identifier les consommateurs sur l'ensemble des canaux et des appareils tout en respectant les lois sur la protection de la vie privée, et à mesurer l'efficacité de leurs campagnes. Elles peuvent également aider les agences à partager avec les annonceurs des informations et des rapports granulaires sur les campagnes menées, comme les journaux d'impression et les données de flux binaire. Les agences doivent toutefois faire attention à ce que ces compétences n'aillent pas à l'encontre des exigences de confidentialité ou des réglementations en matière de sécurité des données.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Le Media Data Cloud permet aux entreprises d'utiliser des outils et des informations basés sur des données pour favoriser la croissance publicitaire. En créant une vue à 360 degrés de leurs clients sur Snowflake, les annonceurs peuvent créer des campagnes très pertinentes et transmettre le bon message, à la bonne personne, au bon moment. Des analyses avancées les aident à segmenter plus précisément le marché afin de mieux comprendre les consommateurs. La résolution d'identité connecte des sources de données disparates afin de permettre aux annonceurs d'identifier les clients via différents points de contact tout en respectant les réglementations en matière de confidentialité. De plus, mesurer l'impact de campagnes et dresser des rapports personnalisés sur un ensemble d'identifiants persistants permet d'améliorer l'efficacité des publicités sans recourir à des cookies tiers. Enfin, les annonceurs peuvent créer une data clean room à l'aide du Media Data Cloud, ce qui leur permet, ainsi qu'à leurs partenaires, d'exécuter des analyses et de joindre des données sensibles sans exposer les ensembles de données sous-jacents.

CLIENT À LA UNE

group^m

SIÈGE SOCIAL
SECTEUR

New York, NY
Services de publicité

GroupM est l'une des principales sociétés d'investissement dans les médias au monde. Elle regroupe deux des cinq principales agences de médias mondiales et représente plus de 60 milliards de dollars de dépenses annuelles dans les médias. L'environnement technologique précédent de GroupM était constitué de plusieurs solutions, ce qui générait une complexité inutile. Snowflake a permis à GroupM de rationaliser son écosystème grâce à une seule pile technologique, avec des outils de pointe à chaque niveau. La plateforme Snowflake répond à un certain nombre d'exigences clés. Elle prend en charge les opérations de data warehouses, elle est flexible et évolutive. Elle alimente les applications Web, l'optimisation des campagnes et la création de rapports sur les clients, et permet en même temps de suivre les coûts pour chaque application. De plus, les nouvelles fonctionnalités de collaboration que Snowflake procure à GroupM permettent aux équipes de facilement diffuser des informations dans toute l'entreprise, y compris à leurs clients, qui sont de plus en plus avides de données. Désormais, GroupM peut offrir à ses clients un accès sécurisé aux données via des data clean rooms et la collaboration autour des données, ce qui leur permet de contrôler leurs médias de manière inédite.

[En savoir plus](#)



ANNONCEURS DE MARQUE ET AGENCES

4. OPTIMISER L'EFFICACITÉ DE LA PUBLICITÉ

LE DÉFI

Les dépenses publicitaires aux États-Unis sont en baisse : à la moitié de l'année 2022, le marché de la publicité **s'était contracté de 12,7 %** par rapport à la même période en 2021, marquant son premier taux de baisse à deux chiffres depuis juillet 2020. Dans le même temps, les entreprises continuent de gaspiller leurs dépenses publicitaires : elles ont ainsi **gaspillé plus de 94,3 millions de dollars** au cours du trimestre d'avril à juin 2022. Pour réussir sur ce marché, les entreprises doivent prouver la valeur de leurs investissements et obtenir des informations basées sur des données concernant les dépenses qu'elles peuvent engager pour obtenir un retour sur investissement publicitaire optimal.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Le Media Data Cloud peut aider les entreprises à recueillir des informations plus détaillées sur l'efficacité de la publicité. Cette solution indépendante du cloud qui se trouve au cœur de l'écosystème de l'entreprise offre une source de vérité unique, permettant aux annonceurs de s'assurer de la précision des données qu'ils utilisent pour leurs analyses. **Snowpark** permet d'appliquer aux données des analyses avancées, alimentées par l'IA ou le machine learning, pour prendre des décisions plus éclairées. Les informations recueillies peuvent être partagées de manière transparente et sécurisée dans l'ensemble de l'entreprise. Les annonceurs peuvent également accéder à des données tierces de la **Marketplace Snowflake** pour optimiser leurs campagnes. Tout cela est fourni avec la possibilité d'appliquer des mesures de gouvernance, de confidentialité et de sécurité aux données elles-mêmes.

CLIENT À LA UNE



PEPSICO

SIÈGE SOCIAL

Purchase, NY

SECTEUR

Services alimentaires et de boissons

Grâce au Media Data Cloud, PepsiCo a déployé un modèle de machine learning basé sur la modélisation, qui évalue et mesure l'efficacité des campagnes marketing et publicitaires de PepsiCo. Cet outil, appelé moteur de retour sur investissement, permet à PepsiCo de prendre des décisions marketing plus éclairées et d'accroître son retour sur investissement. Le moteur de retour sur investissement permet aux marketeurs de PepsiCo de répondre aux questions relatives aux performances des différentes campagnes médiatiques et de formuler des recommandations sur les dépenses marketing. Grâce au Secure Data Sharing Snowflake, les équipes peuvent rapidement partager ces informations avec d'autres équipes au sein de l'entreprise. PepsiCo a également commencé à utiliser la Marketplace Snowflake pour acquérir et partager des données tierces.

[En savoir plus](#)



PLATEFORMES ADTECH

5. OPTIMISER L'EFFICACITÉ DE VOS CAMPAGNES

LE DÉFI

Il est essentiel pour les entreprises AdTech d'utiliser les informations sur les données de façon intelligente et en temps réel pour pouvoir aider leurs clients à cibler, produire et diffuser des publicités auprès de leurs publics. Toutefois, le recueil de ces informations nécessite un certain nombre de fonctionnalités en matière de données, notamment l'accès aux données sur les consommateurs à partir de sources diverses et dans différents formats, la centralisation des données au sein d'une source de vérité unique et sécurisée, l'analyse et l'obtention d'informations exploitables à partir des données, ainsi que le partage des données de manière transparente et sécurisée. Ces fonctionnalités offrent aux clients AdTech les outils nécessaires pour aider leurs propres clients à exploiter les informations sur les données et à optimiser l'efficacité de leurs campagnes.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Le Media Data Cloud fournit aux plateformes AdTech les fonctionnalités nécessaires en matière de données pour obtenir un retour sur investissement publicitaire essentiel. Il offre une source de vérité unique, indépendante du cloud, capable de collecter des données structurées, semi-structurées et non structurées à partir de sources multiples telles que des vidéos, des sites Web, des bases de données et des e-mails. Les fournisseurs AdTech peuvent accéder à un solide écosystème de partenaires pour améliorer leurs capacités, notamment en termes d'analyses détaillées post-campagnes, d'évaluations omnicanal et d'attribution. Et les outils de Snowflake, tels que le workload Collaboration Snowflake et la Marketplace Snowflake, permettent aux entreprises de partager des données et des informations de manière simple et sécurisée.

CLIENT À LA UNE



SIÈGE SOCIAL Ventura, CA
SECTEUR Logiciels

The Trade Desk est une entreprise technologique qui permet aux acheteurs de publicités de créer, de gérer et d'optimiser des campagnes publicitaires en ligne sur différents formats et périphériques. En s'associant au Media Data Cloud, les clients de The Trade Desk peuvent accéder à leurs données de manière sécurisée, au niveau de l'événement, lors de l'exécution des campagnes. Ces données multicanal au niveau des journaux permettent aux responsables des campagnes marketing, aux acheteurs de publicités et aux équipes de marketing analytique de gérer l'attribution full-funnel et d'améliorer l'analyse de données. Cet environnement d'analyse avancé offre l'avantage supplémentaire de conserver les données au même endroit, en ajoutant une couche supplémentaire de conformité aux exigences en matière de confidentialité.

En savoir plus



PLATEFORMES ADTECH

6. COLLABORER SUR DES DONNÉES EN TOUTE SÉCURITÉ ET CONFORMITÉ

LE DÉFI

Une récente **enquête sur le secteur de la publicité** indique que 71 % des consommateurs déclarent préférer les annonces ciblant leurs intérêts personnels et leurs habitudes d'achat. Cela implique une analyse approfondie des données clients. Dans le même temps, le secteur doit se conformer à des réglementations strictes sur les données, comme le RGPD et la CCPA. Les entreprises doivent développer les processus et outils appropriés pour trouver un bon compromis entre la personnalisation et la protection de la confidentialité des données. Cette exigence est d'autant plus importante lorsque les entreprises partagent des données en dehors de leurs enceintes.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Les fonctionnalités du Media Data Cloud aident les plateformes AdTech à collaborer sur les données en toute sécurité et leur permettent de se conformer aux lois et réglementations en matière de confidentialité. Les entreprises peuvent utiliser des fournisseurs d'identités natifs pour résoudre l'identité des clients dans le Media Cloud sans que les données ne quittent leurs systèmes. Elles peuvent mettre en place des data clean rooms pour faciliter le partage et l'analyse sécurisés des données. Outre le gain de temps et la gestion plus efficace des ressources, les entreprises évitent la perte inévitable de données et les faibles taux de correspondance qui se produisent lorsque de grands ensembles de données sont transmis d'une entreprise à l'autre. Elles évitent également la transformation des données car il n'est plus nécessaire d'utiliser de processus d'ETL.

CLIENT À LA UNE



SIÈGE SOCIAL

New York, NY

SECTEUR

Services de publicité

Zeta Global est l'un des principaux fournisseurs de technologies marketing sur le marché. L'entreprise associe l'un des plus grands ensembles de données sur les consommateurs au monde à l'IA pour exploiter l'identité, l'intention et le contexte des consommateurs et envoyer des messages omnicanal personnalisés. Sa plateforme ZMP (Zeta Marketing Platform) permet aux marques d'obtenir une vue centralisée de leurs clients et prospects, enrichie par les informations uniques de Zeta sur les consommateurs. Zeta exploite les fonctionnalités de partage de données de Snowflake pour collaborer sur des données en dehors de ZMP, sans avoir à déplacer ou copier physiquement les données. Secure Data Sharing Snowflake et ZMP permettent aux clients communs d'accéder à des informations et à une Business Intelligence de haute qualité pour offrir de meilleures expériences marketing.

En savoir plus



PLATEFORMES ADTECH

7. OUVRIR DE NOUVEAUX CANAUX DE MONÉTISATION DES DONNÉES

LE DÉFI

Le secteur de la publicité s'appuie sur une multitude de données sur les consommateurs pour obtenir des informations commerciales et améliorer l'expérience client. En 2021, les dépenses concernant les données tierces sur les audiences aux États-Unis **s'élevaient à 22 milliards de dollars**. Les entreprises commencent à générer de nouvelles sources de revenus en exploitant et en monétisant ces données. Cependant, le partage sécurisé des informations avec chaque acheteur peut être compliqué et doit respecter des réglementations strictes en matière de partage de données et de monétisation applicables au secteur.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Grâce à la technologie de partage de données sécurisé de Snowflake, la Marketplace Snowflake permet aux fournisseurs de données de publier facilement différents ensembles de données, qui peuvent être immédiatement disponibles à l'utilisation ou à l'achat pour les utilisateurs de Snowflake. Snowflake offre aux fournisseurs de données des outils pouvant être déployés pour récupérer, corriger, restreindre ou supprimer des données personnelles. Les fournisseurs de données peuvent s'assurer que les données disponibles dans la Marketplace Snowflake sont toujours actualisées et prêtes à être interrogées, ce qui permet de réduire le temps d'activation. Ils peuvent également augmenter leurs marges en éliminant les coûts et les retards des pipelines et en réduisant les coûts d'assistance et de service à la clientèle. Snowflake leur permet également d'obtenir des informations précieuses sur la façon dont les clients utilisent les données.

CLIENT À LA UNE



SIÈGE SOCIAL Pasadena, CA
SECTEUR Publicité en ligne

OpenX est une entreprise de publicité en ligne programmatique. Elle a récemment développé Bidding Intelligence Data Set (BIDS), une nouvelle solution permettant de mettre des rapports sur les journaux à la disposition des responsables marketing ou des agences recherchant une plus grande visibilité sur leurs achats d'espaces programmatiques. Grâce à un partenariat avec Snowflake, les acheteurs travaillant avec OpenX peuvent accéder rapidement, facilement et en toute sécurité à des données granulaires sur la participation aux adjudications et la performance des offres sur la Marketplace Snowflake, et obtenir ainsi une multitude de données permettant de fournir des informations précieuses à leur entreprise. BIDS rend les données de journaux accessibles et exploitables sans faire appel à des développeurs. Les responsables marketing peuvent s'appuyer sur OpenX pour accéder à BIDS et analyser les performances et les résultats. Les données de BIDS sont disponibles sur la Marketplace Snowflake et sont facilement accessibles sur le compte Snowflake des clients.

[En savoir plus](#)



PLATEFORMES ADTECH

8. PROPOSER DES APPLICATIONS ET DES INNOVATIONS AUX CLIENTS

LE DÉFI

Face à l'augmentation exponentielle de la quantité de données sur les consommateurs et les clients dans le monde, les applications publicitaires doivent exploiter des volumes de données toujours plus conséquents. Par conséquent, chaque application devient une application de données. Toutefois, les développeurs qui choisissent la mauvaise plateforme de données pour développer des applications à forte intensité de données peuvent être confrontés à des obstacles importants, et notamment la mauvaise qualité des sources de données, des intégrations complexes, des difficultés en termes d'évolutivité, des opérations gourmandes en ressources et un partage de données non sécurisé.

LA SOLUTION DE SNOWFLAKE

Les créateurs et les développeurs qui créent leurs applications sur Snowflake bénéficient d'une plateforme offrant des fonctions d'autoscaling, la prise en charge native des données semi-structurées, des opérations simplifiées, Snowpark et le partage de données sécurisé. Avec la **Native Application Framework Snowflake**, actuellement en private preview, les fournisseurs d'applications peuvent utiliser les fonctionnalités de base de Snowflake pour créer leurs applications, puis les distribuer et les monétiser dans la Marketplace Snowflake, avant de les déployer directement sur le compte Snowflake d'un client. Les applications natives de Snowflake peuvent également être intégrées aux data clean rooms du secteur, développées par les principaux acteurs du secteur. Le **programme Powered by Snowflake** permet aux entreprises d'accélérer leurs délais de commercialisation, d'offrir une expérience client de qualité et d'améliorer leur efficacité opérationnelle.

CLIENT À LA UNE



SIÈGE SOCIAL Los Angeles, CA
SECTEUR Services de publicité

VideoAmp, partenaire du programme Powered by Snowflake, est en train de créer un environnement de partage de données multipartite sophistiqué reposant sur le cloud et l'infrastructure technologique de Snowflake. L'intégration permet à VideoAmp de bénéficier d'un flux de travail de bout en bout, reposant sur sa suite d'outils de planification, d'évaluation, d'activation, d'attribution et d'optimisation actuellement offerts aux clients de la marque, de l'agence et du réseau de VideoAmp. Ce partenariat offre aux clients de VideoAmp et aux éditeurs partenaires une méthode sécurisée pour recueillir des informations et analyser les données. Le premier cas d'usage du partenariat d'évaluation permet à plusieurs éditeurs et plateformes de partager leurs données de manière sécurisée et privée, en fournissant leurs propres paramètres sur la façon dont les données peuvent être utilisées dès le début. Les données des éditeurs et des plateformes sont combinées avec les ensembles de données TV communs exclusifs de VideoAmp et les données internes et tierces d'un client sur leur plateforme Snowflake et dans l'environnement cloud natif. La profondeur et l'étendue de ces sources fournissent aux annonceurs et aux éditeurs des informations complètes sur les transactions médiatiques multi-écrans.

[En savoir plus](#)



LIBÉRER LE POUVOIR DES DONNÉES DANS LA PUBLICITÉ

Les annonceurs cherchent de nouvelles façons de s'adapter aux conditions d'un paysage médiatique en évolution rapide et fortement réglementé. Le Media Data Cloud Snowflake permet désormais aux entreprises de disposer d'une profonde visibilité, d'une puissance analytique et des outils collaboratifs nécessaires pour transformer les difficultés liées à un écosystème qui évolue rapidement en une véritable opportunité commerciale. Les puissantes fonctionnalités de la plateforme principale de Snowflake permettent aux annonceurs de marque, aux agences de publicité et aux plateformes AdTech de se concentrer sur la satisfaction de leurs audiences et l'optimisation du retour sur investissement, tout en maintenant des niveaux stricts de sécurité et de gouvernance des données et en assurant la conformité avec les dernières exigences en matière de confidentialité.

Pour savoir comment votre entreprise de publicité peut exploiter la puissance des données, consultez la page [Media Data Cloud Snowflake](#).





À PROPOS DE SNOWFLAKE

Snowflake permet à chaque organisation de mobiliser ses données grâce au Data Cloud Snowflake. Les clients utilisent le Data Cloud pour réunir au même endroit leurs données silotées, analyser et partager en toute sécurité les données, et exécuter diverses charges de travail analytiques. Quel que soit l'endroit où se trouvent les données ou les utilisateurs, Snowflake offre une expérience unique qui s'étend sur plusieurs clouds et régions. Au 31 octobre 2022, des milliers de clients de nombreux secteurs, dont 543 des Forbes Global 2000 (G2K) de 2022, utilisent le Data Cloud Snowflake pour dynamiser leur activité

En savoir plus sur [snowflake.com](https://www.snowflake.com)



© 2022 Snowflake Inc. Tous droits réservés. Snowflake, le logo Snowflake et tous les autres noms de produits, de fonctionnalités et de services Snowflake mentionnés dans le présent document sont des marques déposées ou des marques commerciales de Snowflake Inc. aux États-Unis et dans d'autres pays. Tous les autres noms de marque ou logos mentionnés ou utilisés dans le présent document le sont uniquement à des fins d'identification et peuvent être des marques de commerce de leur(s) détenteur(s) respectif(s). Snowflake ne peut être associé à, ou être sponsorisé ou approuvé par, un tel détenteur.