



Aider les marques à renforcer leur leadership, en tirant le meilleur parti de leur data clients, dans un nouveau paradigme de marché (cookieless) et de partage de données (clean rooms).

* * *



Entreprise : numberly - Groupe 1000mercis
Période : idéalement avril **2021** – septembre **2022**
Lieu : 28 rue de Châteaudun, Paris 9e

Présentation de l'entreprise

Numberly ? Des humains dans la data !

L'histoire commence dans une cuisine en 2000, puis c'est l'entrée en bourse, quelques acquisitions, une croissance à deux chiffres, et nous voici.

Pionnier du Data Marketing et expert reconnu en CRM digital et Display Programmatique, de la collecte de données à l'activation sur tous les supports digitaux (PC, tablettes, mobiles et objets connectés In-store). Nous concevons des dispositifs omnicanal (display, email, mobile, réseaux sociaux) et à fort ROI pour les annonceurs souhaitant optimiser leurs actions de conquête et de fidélisation.

Numberly, c'est avant tout un environnement qui réunit les ingrédients de l'innovation.

Aujourd'hui, nous sommes une équipe soudée de 500 collaborateurs opérant dans plus de 50 pays. Le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 69,2 millions d'euros en 2019. Présent aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, au Moyen Orient et en France. Coté sur Alternext, le groupe consacre plus de 10%

de son chiffre d'affaires à la R&D en particulier dans le domaine du machine learning, et a la qualification « Entreprise Innovante » de BPI France.

Thématique et descriptif du projet

Le web, et le modèle du marketing et de la publicité digitale sur lequel il se base, sont en pleine mutation : les internautes et consommateurs sont de plus en plus connectés, la digitalisation s'est accélérée brutalement en 2020 avec la pandémie de covid et la mutation des modes de vie et de consommation, et le web est plus fragmenté que jamais entre les plateformes GAFA et le web ouvert. Le contexte technique et les nouvelles régulations en cours amènent par ailleurs des transformations profondes sur les chaînes de valeur du Martech (marketing technology) et de l'Adtech (advertising technology).

Dans ce contexte, les marques doivent s'organiser, accélérer sur le digital et faire de leur patrimoine de données un atout de leur souveraineté data pour sortir de la crise par le haut : renforcer leur base de données 1st party (données propriétaires) et déployer des stratégies de partenariat pour aller capitaliser sur la donnée croisée avec des partenaires, de manière sécurisée, transparente et industrialisée.

Numberly accompagne les clients dans leur transformation, à la fois dans le développement de leurs outils, mais aussi en jouant le rôle de tiers de confiance entre plusieurs entités, et en contribuant à mettre en place un écosystème marché basé sur un web ouvert, transparent et durable.

Ce projet aura pour objectif d'aider dans l'accélération de cette transformation, depuis la réflexion stratégique jusqu'au design des solutions techniques qui permettront de **faire levier sur les nouvelles solutions d'identification post-cookie, et sur les solutions technologiques de dernière génération, comme les "clean rooms"**, pour permettre l'exécution at scale de cette vision stratégique.

Les questions concrètes de nos clients sur ces sujets sont nombreuses et passionnantes : choix de leur stack technique, articulation entre outils de customer data platform et clean rooms, roadmap et arbitrage entre stratégie de DtoC, collecte de donnée 1st party, programme de fidélité et investissement dans des environnements tiers, accompagnement sur la prise en main de ces nouveaux écosystèmes et outils...

Les enjeux sont multiples : théoriques et appliqués, opérationnels et stratégiques... L'implication terrain sur les cas clients permettra de faire avancer la vision produit et stratégique sur ces sujets.

Profil(s) recherché(s)

Le projet est proposé idéalement à un binôme ingénieur et business school mais peut convenir à un seul étudiant ingénieur.