PROGRAMME DE FORMATION

Marketing digital et IA

DURÉE : 2 jours | 14 heures

MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

PUBLIC VISÉ

Professionnels du commerce, du marketing et de la communication souhaitant intégrer l'IA dans leurs activités quotidiennes.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Personnaliser les campagnes marketing à grande échelle avec l'IA.

Automatiser l'emailing et les parcours clients (marketing automation).

Optimiser le SEO et le SEA grâce aux outils d'analyse et de génération de contenu.

Mesurer le ROI des actions marketing assistées par l'IA.

Segmenter les audiences et prédire les comportements d'achat.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis.

ACCESSIBILITÉ

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Modalités pédagogiques

MODALITÉS

Formation dispensée en présentiel ou à distance, sur demande, par un formateur expert dans ce domaine.

Pédagogie active et participative : apports théoriques, échanges, cas pratiques, quiz et mises en situation.

Ressources pédagogiques : paperboard, vidéoprojecteur ou écran TV, contenus multimédias et vidéos.

Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires. Supports pédagogiques utilisés : vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Formateur expert en intelligence artificielle, expérimenté en formation pour adultes.

En présentiel : salle équipée d'un ordinateur par stagiaire avec connexion internet et accès aux outils étudiés, vidéoprojecteur et paperboard.

À distance : classe virtuelle (Teams ou Zoom) avec partage d'écran et prise en main à distance si besoin.

Assistance pédagogique et technique joignable par mail (assistance@modula-formation.com) ou par téléphone (05 56 44 58 68), avec un délai de réponse sous 48 h, du lundi au vendredi de 8 h à 18 h.

Supports pédagogiques

Support de cours numérique remis à chaque stagiaire en fin de formation.

Exercices et cas pratiques tirés de situations professionnelles.

Fiches mémo récapitulatives (méthodes et outils essentiels).

Accès aux ressources complémentaires après la formation (tutoriels, exercices d'entraînement).

Plateforme Modula

Tout au long de sa formation, chaque stagiaire dispose d'un accès personnel à la plateforme Modula : suivi de son inscription, consultation du calendrier et du lieu de formation, réalisation du test de positionnement, des évaluations et du questionnaire de satisfaction, et téléchargement de ses attestations et certificats de formation.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation

Contenu pédagogique

01 - Introduction et tour de table

- Présentation des étapes et thématiques abordées : sommaire du module/parcours de formation.
- Validation des objectifs avec chaque apprenant.
- Tour de table guidé : échanges et positionnement des acquis et des besoins de chacun.

02 - IA pour la stratégie Marketing

- Analyser le marché et la concurrence avec des outils d'IA (veille, benchmark)
- Identifier les personas et les parcours clients grâce à l'analyse de données
- Définir des objectifs SMART et des KPI pertinents pour chaque canal
- Construire une roadmap marketing intégrant l'IA

03 - Création et optimisation de contenu

- Générer des articles de blog, des fiches produits et des landing pages optimisées SEO
- Rédiger des emails personnalisés et des séquences de nurturing
- Créer des publicités (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads) avec des variantes A/B
- Adapter les messages selon les étapes du funnel (awareness, consideration, conversion)

04 - Segmentation et prédiction

- Segmenter les bases de données clients avec des algorithmes de clustering
- Prédire les taux de churn et les opportunités de cross-sell/up-sell
- Scorer les leads et prioriser les actions commerciales
- Mettre en place des modèles de recommandation produits

05 - Automatisation et mesure de performance

- Configurer des workflows de marketing automation (exemples : HubSpot, Brevo, kMail)
- Suivre les performances en temps réel avec des tableaux de bord IA
- Analyser l'attribution multi-canal et optimiser l'allocation du budget
- Présenter des rapports d'impact et des recommandations d'optimisation
- Valider les acquis et clôturer la formation
- Bilan et évaluation finale de la formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

Modalités d'évaluation

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

En cours de formation : Évaluation en continu de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur lors de mises en situation et cas pratiques.

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur, évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.

Formation qualifiante : certificat de réalisation en fin de formation