

PROGRAMME DE FORMATION

IA et marketing digital

DURÉE : 2 jours | 14 heures

MODALITÉ D'ORGANISATION : Mixte

Informations

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Personnaliser les campagnes marketing à grande échelle avec l'IA; Automatiser l'emailing et les parcours clients (marketing automation).
- Identifier 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.
- Analyser 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, MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

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

Pédagogie inversée : Les apprenants sont invités à se familiariser avec les concepts de base et participer activement. Apprentissage actif par mises en situation : cas simulés, quiz et partages d'expérience, projet et correction croisées.

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

Programme, supports et fiches pratiques remis aux stagiaires.

Supports pédagogiques utilisés : Vidéos, documents PDF, PowerPoint et quiz.

MOYENS ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

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

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

À la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

Contenu pédagogique

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.

Structurer les tables

- 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.
- IA pour la stratégie Marketing : analyser le marché et la concurrence avec des outils d'IA (veille, benchmark).

Structurer les tables : mise en pratique et création et optimisation de contenu

- 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.
- 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).
- Segmentation et prédiction.

Structurer les tables : cas pratiques

- 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 : automatisation et mesure de performance.
- Configurer des workflows de marketing automation (exemples, HubSpot, Brevo, kMail).

Mettre en place des modèles de recommandation produits : mise en pratique

- 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'évaluations

- 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.
- Évaluation des acquis : Quiz/QCM de fin de module.
- Auto-positionnement avant et après la formation.