



MARKETING DIGITAL : RENFORCEZ VOTRE MARQUE GRÂCE À L'IA

Faire de l'IA et du digital une opportunité pour attirer et fidéliser les clients

2 JOURS, 14 HEURES

STRATÉGIE DIGITALE

CODE : UDTD23

Objectifs de la formation

Saisir les opportunités de l'IA pour le marketing digital

Décrypter l'articulation entre IA et stratégie de marque

Identifier les leviers pour valoriser sa marque auprès des clients en s'appuyant sur l'IA

Parmi nos formateurs

- CHENOL Elodie
Conférencière et formatrice,
DIGITALFEELING

Public concernés

- Directeur(trice) marketing ; Directeur(trice) marketing Digital ; Directeur(trice) de marque ; Responsable marketing ; Chargé(e) de marketing ; Responsable Webmarketing

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Disposer de comptes sur différentes IA et IAG

Dans un contexte économique de plus en plus compétitif, où la concurrence pour attirer et fidéliser les clients est de plus en plus féroce, les entreprises se trouvent face à un défi de taille : développer une stratégie de marque solide pour maintenir et développer leur chiffre d'affaires. Elles sont conscientes de l'importance de se démarquer pour attirer et favoriser la rétention des clients. Aujourd'hui, avec l'émergence de l'intelligence artificielle et notamment l'IAG, les services Marketing doivent s'inscrire dans une logique d'innovation afin d'offrir une expérience client optimale.

Le marketing digital se présente comme un véritable catalyseur, offrant une opportunité stimulante de promouvoir efficacement les atouts et les valeurs de son territoire de marque pour attirer les clients et les engager de manière durable.

Rejoignez-nous pour explorer les dessous de l'IA appliquée au marketing digital, pour découvrir ses outils

et techniques clés, et vous approprier les meilleures pratiques afin de créer une marque attrayante et authentique.

ATELIER Ice breaker sous forme de quiz interactif sur l'IA et le marketing digital

Appréhender le potentiel des intelligences artificielles pour le marketing digital

- Distinguer Machine learning, deep learning, IA générative : leurs caractéristiques
 - Disposer d'un panorama des solutions d'IA générative : de ChatGPT, Mistral IA, Claude AI à Midjourney et les outils de génération de vidéo, de son ou de code.
 - Utiliser l'IA dans la gestion des données et leur augmentation
-

ILLUSTRATION Cartographie des principaux acteurs et des solutions du marché IA.

ATELIER Réflexion collective sur l'évolution du marketing avec l'IA pour développer son esprit critique sur l'IA

Analyser sa base clients avec l'intelligence artificielle

- Exposer les cas d'usage de l'IA dans l'acquisition de clients
 - Analyser son audience et ses segments grâce à l'IA
 - Cibler les clients à fort potentiel avec le scoring et le prédictif
-

ATELIER En plénière, analyse d'une étude de cas d'analyse de segments, commentée par le formateur

Utiliser les IA génératives pour optimiser son brand content

- Améliorer son référencement SEO
 - Créer son contenu en s'appuyant sur l'IA générative
 - S'appuyer sur l'IA pour la rédaction des emailings
 - Automatiser ses créations de contenu sur ses différents canaux grâce au robotic process automation et à l'IA
 - Optimiser ses campagnes marketing digital et analyser leur performance
 - Gagner en productivité avec l'automatisation de ses campagnes
-

CAS PRATIQUE En sous groupe, créer une campagne marketing en utilisant chatGPT, Midjourney et d'autres outils d'IA appliqués au marketing

L'Intelligence Artificielle au service du marketing personnalisé

- Adapter son parcours client, personnaliser les pages d'accueil et des catégories, présélection des critères de tri, facilité l'expérience utilisateur/client
 - La mise en place de Chatbot dopés à l'IA : quelle utilité pour sa stratégie marketing digital
 - Mettre en place une analyse sémantique automatique pour améliorer les offres et l'expérience client.
 - Quid de la curation de contenus pour ses clients
 - Faciliter les usages client avec l'IA
-

CAS PRATIQUE en sous-groupe, créer ou booster un chatbot grâce à l'IA

Repérer les impacts de l'IA en marketing

- Identifier les enjeux de productivité avec l'automatisation des tâches pour les collaborateurs des services Marketing
- Cerner les enjeux éthiques et législatifs liés à l'utilisation de l'IA en marketing.
- Quels sont les impacts en matière de cybersécurité : directive SR12, protection de la vie privée et sécurité des données, quels acteurs internes impliquer.
- Enjeux environnementaux : impact IA pour un marketing plus responsable

ATELIER Réflexion collective et débat autour des enjeux et impacts de l'utilisation de l'IA pour les métiers du marketing

Évaluation des acquis et débriefing en plénière

Dates

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.