

Intégrer l'intelligence artificielle dans sa stratégie marketing

Cette formation permet de comprendre comment l'intelligence artificielle transforme le marketing digital et comment l'intégrer concrètement dans ses actions quotidiennes. Elle offre une approche opérationnelle pour automatiser certaines tâches, améliorer la création de contenu et optimiser la performance globale des campagnes marketing. L'objectif est d'utiliser l'IA comme un levier stratégique pour gagner en efficacité, en créativité et en impact.

Cours Pratique de 2 à 4 jours

Prix 2026/27 1 590€ HT

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES	Travail à partir de situations réelles issues du terrain, mises en situation et cas pratiques, partage d'expériences entre participants, apports directement applicables aux actions marketing.
PARTICIPANTS	Professionnels du marketing, entrepreneurs, responsables communication, créateurs de contenu, chefs de projet, freelances et toute personne souhaitant intégrer l'IA dans ses pratiques marketing.
COMPÉTENCES DU FORMATEUR	Les intervenants sont des professionnels expérimentés, alliant expertise terrain et maîtrise des pratiques pédagogiques. Ils accompagnent régulièrement des équipes en entreprise et adaptent leurs interventions aux réalités opérationnelles des participants. Leur approche repose sur le partage d'expérience, des cas concrets et une forte orientation résultats.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	L'acquisition des compétences est appréciée tout au long du parcours à travers des mises en situation, des exercices pratiques et des échanges avec le formateur. Un positionnement en début de formation permet d'identifier les attentes, tandis qu'un bilan en fin de parcours vient mesurer les progrès réalisés et les axes de développement.
MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES	La formation s'appuie sur une pédagogie active, centrée sur l'expérience des participants et l'application concrète des concepts abordés. Les séquences alternent apports ciblés, mises en pratique, études de cas et échanges collectifs. Les participants sont régulièrement sollicités pour analyser leurs propres situations professionnelles et expérimenter de nouvelles approches. L'ensemble du dispositif favorise l'implication, l'interaction et le transfert des acquis en situation de travail.
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES	Contactez nos référents handicap : baptistegaldemar@formeaformation.com zinebzahidi@formeaformation.com Nous étudierons votre demande avec attention afin de vous proposer des solutions adaptées.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les usages de l'IA dans le marketing digital
- Utiliser des outils d'IA pour créer du contenu performant
- Automatiser certaines actions marketing
- Optimiser sa stratégie digitale grâce à la data
- Analyser les résultats et améliorer ses performances

LE PROGRAMME

1) Comprendre l'IA appliquée au marketing

- Découvrir les fondamentaux de l'intelligence artificielle
- Identifier les cas d'usage concrets en marketing digital
- Comprendre les opportunités et les limites de l'IA
- Explorer les principaux outils disponibles

Cas pratique : analyse d'usages IA adaptés à son activité

2) Créer du contenu avec l'IA

- Utiliser l'IA pour produire du contenu écrit et visuel
- Structurer des prompts efficaces
- Adapter le contenu à sa cible et à ses canaux
- Gagner du temps dans la production de contenu

Mise en situation : création de contenus marketing avec des outils IA

3) Automatiser ses actions marketing

- Mettre en place des automatisations simples
- Optimiser ses campagnes digitales
- Utiliser l'IA pour améliorer la relation client
- Structurer ses processus marketing

Cas pratique : création d'un workflow marketing automatisé

4) Développer une stratégie marketing augmentée par l'IA

- Définir une stratégie digitale intégrant l'IA
- Analyser les comportements et les données clients
- Personnaliser ses actions marketing
- Améliorer la performance globale

Mise en situation : construction d'une stratégie marketing assistée par l'IA

5) Piloter et optimiser ses performances

- Identifier les indicateurs clés (KPI)
- Analyser les résultats des actions menées
- Ajuster sa stratégie en continu
- Mesurer l'impact de l'IA sur ses performances

Cas pratique : analyse de données et optimisation des actions