Blue AcademIA
Blue AcademIA est une marque de BlueMarketing
contact@blueacademia.fr
www.blueacademia.fr

Programme de formation : Élaborer sa stratégie marketing avec l'IA

Cette formation permet de poser les bases d'une stratégie marketing en intégrant les nouveaux usages liés à l'intelligence artificielle, au marketing automation et au NoCode. Elle guide les participants à clarifier leurs priorités, mieux comprendre leurs cibles, structurer leurs actions et identifier les outils les plus utiles pour gagner en efficacité, en pertinence et en capacité d'exécution.

Durée : 14.00 heures ou 1.00 jour(s) si formation en présentiel.

Lieu : À distance ou en présentiel

Profils des stagiaires

- Dirigeant de TPE / PME
- Responsable marketing ou communication
- Chargé de marketing ou communication
- Entrepreneur
- Chef de projet

Prérequis

- Aucun pré-requis technique indispensable
- Disposer d'éléments sur son activité, ses cibles et ses actions marketing actuelles
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux d'une stratégie marketing à l'ère de l'IA
- Clarifier ses cibles, son positionnement et sa proposition de valeur
- Identifier comment l'IA, l'automation et le NoCode peuvent renforcer chaque étape de la stratégie marketing
- Comprendre le rôle des principaux canaux digitaux, y compris les nouveaux leviers comme le GEO ou les agents conversationnels embarqués
- Définir des objectifs marketing réalistes et des indicateurs utiles
- Construire une feuille de route marketing augmentée par l'IA

Contenu de la formation

- Repenser le marketing dans un environnement transformé par l'IA

- Comprendre l'évolution du marketing dans un contexte d'IA générative, d'automatisation et de multiplication des outils
- Identifier les nouvelles attentes des entreprises en matière de performance, réactivité et personnalisation
- Distinguer stratégie, exécution, automatisation et pilotage
- Comprendre la place croissante de l'IA dans les fonctions marketing, commerciales et relation client

- Poser les bases de sa stratégie marketing avec l'IA
  - Définir ses objectifs business et marketing
  - Identifier ses segments de clientèle et ses cibles prioritaires
  - Clarifier son positionnement et ses messages clés
  - Structurer une proposition de valeur cohérente
  - Utiliser l'IA pour accélérer le benchmark, la veille, l'analyse concurrentielle et la formulation d'hypothèses stratégiques
- Mieux connaître ses cibles grâce à l'IA
  - Construire ou enrichir ses personas
  - Identifier les besoins, irritants, motivations et objections
  - Cartographier les parcours et points de contact
  - Utiliser l'IA pour explorer les signaux faibles, reformuler les attentes clients et faire émerger des angles de différenciation
  - Comprendre les limites de l'IA dans l'interprétation des insights et garder une validation humaine
- Comprendre les leviers marketing et digitaux à mobiliser
  - Panorama des principaux canaux : site web, contenus, SEO, GEO, SEA, emailing, social media, CRM, automation
  - Comprendre l'émergence du GEO et l'évolution de la visibilité dans les environnements pilotés par l'IA
  - Identifier le rôle des agents IA embarqués sur les sites dans la conversion, l'assistance et la qualification
  - Comprendre ce qui relève de la création humaine, de l'automatisation et de l'orchestration assistée par IA
- Structurer un marketing plus efficace grâce à l'IA, l'automation et le NoCode
  - Identifier les tâches marketing répétitives pouvant être automatisées
  - Comprendre comment connecter les outils entre eux sans dépendre systématiquement de développements lourds
  - Découvrir les usages NoCode pour orchestrer un dispositif marketing plus fluide
  - Concevoir des workflows simples entre formulaire, CRM, emailing, reporting et notifications
  - Prioriser les cas d'usage à plus forte valeur ajoutée
- Piloter sa stratégie avec les bons indicateurs
  - Définir des KPI utiles et compréhensibles
  - Distinguer visibilité, engagement, conversion, opportunités et revenu
  - Construire un tableau de bord simple
  - Utiliser l'IA pour interpréter les données, faire émerger des pistes d'optimisation et faciliter le reporting
  - Définir une feuille de route à 90 jours

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Consultant, formateur, conférencier et auteur aux éditions Dunod, Philippe accompagne les entreprises dans la structuration de leur stratégie marketing à l'ère de l'IA. Fort d'expériences au sein de Cegos, Sage et Solocal, il associe marketing digital, IA, automation et NoCode pour aider les organisations à mieux comprendre leurs marchés, prioriser leurs actions et déployer des dispositifs plus performants. Sa pédagogie s'appuie sur des méthodes éprouvées, des cas concrets et une application directe aux enjeux des participants.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Grilles de travail et templates
- Bibliothèque de prompts, workflows et tableaux de bord
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.
- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Restitution d'une base de feuille de route marketing
- Feuilles de présence
- Suivi des missions d'application réalisées entre les séances
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.
- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

Tarif de la formation

À partir de 3080.00 €HT
TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI