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

Programme de formation : Stratégie digitale & IA

Développer sa visibilité, attirer de nouveaux clients et structurer son acquisition nécessite une stratégie digitale claire, cohérente et adaptée à ses objectifs.

L'intelligence artificielle générative offre de nouvelles possibilités pour accélérer les analyses, enrichir la réflexion stratégique et faciliter la préparation des actions marketing.

Cette formation-action associe les fondamentaux de la stratégie digitale aux usages pratiques de l'IA pour permettre aux participants de définir leur positionnement, identifier les leviers d'acquisition pertinents et construire un plan d'action opérationnel.

Grâce à des exercices pratiques, les participants apprennent à utiliser l'IA comme un véritable assistant stratégique, tout en conservant leur capacité d'analyse et de décision.

Durée : 12.00 heures ou jour(s) si formation en présentiel.

Lieu : À distance ou en présentiel

Profils des stagiaires

- Dirigeants de TPE et PME
- Entrepreneurs et professions libérales
- Responsables marketing et communication
- Chargés de marketing digital
- Chargés de communication web

Prérequis

- Disposer de connaissances de base en marketing et en développement commercial.
- Avoir la volonté d’acquérir les clés pour mettre en place une stratégie marketing digital efficace.
- Aucune compétence préalable en IA n'est nécessaire.
- 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

- Analyser leur environnement concurrentiel avec l'appui de l'IA.
- Définir leurs cibles prioritaires et formaliser leurs personas.
- Définir leurs cibles prioritaires et formaliser leurs personas.
- Clarifier leur positionnement et construire une proposition de valeur différenciante.

- Fixer des objectifs digitaux mesurables.
- Identifier et sélectionner les leviers d'acquisition adaptés à leur activité.
- Mobiliser l'IA pour construire et prioriser un plan d'action opérationnel.
- Définir les indicateurs permettant de piloter leur stratégie digitale.

Contenu de la formation

- Analyser son marché et son environnement concurrentiel
  - Identifier les principaux acteurs de son marché.
  - Analyser les pratiques marketing et digitales des concurrents.
  - Identifier les tendances et les opportunités de différenciation.
  - Cas pratique avec l'IA : structurer un benchmark concurrentiel, comparer les positionnements et identifier des pistes stratégiques, en vérifiant les informations obtenues.
- Définir ses cibles prioritaires et ses personas
  - Segmenter ses publics et identifier les cibles prioritaires.
  - Analyser les besoins, attentes et problématiques clients.
  - Construire des personas représentatifs.
  - Cas pratique avec l'IA : créer et enrichir des personas, simuler des parcours et explorer les attentes des différentes cibles.
- Clarifier son positionnement et sa proposition de valeur
  - Analyser son positionnement actuel.
  - Clarifier sa raison d'être et son approche (Golden Circle).
  - Identifier ses bénéfices clients et ses éléments différenciants.
  - Formaliser une proposition de valeur claire et attractive.
  - Cas pratique Aavec l'IA : explorer différentes formulations de positionnement, challenger les arguments de différenciation et améliorer les messages marketing.
- Définir ses objectifs et ses indicateurs de performance
  - Définir les priorités de développement.
  - Formuler des objectifs SMART.
  - Identifier les principaux indicateurs de performance (KPI).
  - Cas pratique avec l'IA : faciliter la formulation des objectifs et proposer des indicateurs de suivi adaptés.
- Comprendre le parcours client et les leviers digitaux
  - Comprendre les étapes du parcours client : attirer, convertir, conclure et fidéliser.
  - Identifier les actions marketing adaptées à chaque étape.
  - Découvrir les principaux leviers : SEO, GEO, publicité digitale, réseaux sociaux, contenus, emailing et automatisation.
  - Cas pratique avec l'IA : cartographier les parcours clients et identifier des opportunités d'optimisation.
- Construire sa stratégie digitale et d'acquisition
  - Structurer un tunnel d'acquisition cohérent.
  - Sélectionner les leviers prioritaires selon ses cibles, ses ressources et ses objectifs.
  - Articuler les actions marketing pour développer la visibilité, l'acquisition et la fidélisation.
  - Cas pratique avec l'IA : comparer plusieurs scénarios stratégiques, explorer les complémentarités entre les leviers et challenger les choix retenus.
- Construire et piloter son plan d'action opérationnel
  - Formaliser une feuille de route digitale.
  - Identifier les actions à court et moyen terme.
  - Prioriser les quick wins et les actions structurantes.
  - Définir les ressources, échéances et indicateurs de suivi.

- Cas pratique avec l'IA : générer une première trame de plan d'action, prioriser les initiatives et structurer un tableau de pilotage.

Organisation de la formation

Equipe pédagogique
Marianne Hoyet
En activité depuis 2000 dans le domaine digital, Marianne s'attache à bien comprendre les besoins, les enjeux et la structure des entreprises pour leur proposer les bonnes solutions digitales.

Moyens pédagogiques et techniques

- Support et ressources de formation.
- Trame d'analyse concurrentielle.
- Etudes de cas concrets
- Documentation produite au cours de la formation
- Trame de stratégie digitale et d'acquisition.
- Des modèles de personas et de proposition de valeur.
- Une sélection de prompts IA adaptés à la réflexion stratégique.
- Modèle de feuille de route opérationnelle et de suivi des KPI.
- Livrables réalisés pendant les ateliers.
- 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

- Évaluation du niveau et du projet en amont de la formation.
- Exercices et mises en situation tout au long de la formation.
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Feuilles de présence
- Certificat de réalisation de l'action de formation
- À l'issue de la formation : nous adressons aux participants un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-évaluation afin de mesurer leur satisfaction et l'évolution de leurs compétences par rapport au positionnement initial. Un questionnaire d'évaluation est également adressé au formateur.
- 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.
- 1 mois après la formation : nous adressons un questionnaire d'évaluation au commanditaire / manager.
- 1 mois après la formation : 45 min de suivi post formation planifié en visio pour bilan de la mise en application des acquis
- 3 mois après la formation : nous transmettons au participant un questionnaire d'évaluation à froid afin de mesurer l'impact de la formation sur son activité professionnelle.

Tarif de la formation

À partir de 2400.00 €HT

TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI