



Concevoir et piloter une stratégie commerciale, marketing et communication augmentée par l'intelligence artificielle

Dans un contexte de transformation digitale accélérée, cette formation permet aux professionnels de concevoir et piloter une stratégie commerciale, marketing et communication augmentée par l'intelligence artificielle. Les participants développent des compétences pour automatiser les processus, produire des contenus impactants, respecter les exigences de protection des données et déployer des plans d'action concrets, assurant ainsi un avantage concurrentiel pour l'entreprise tout en maîtrisant les risques liés à l'IA.



Informations générales

Durée : 35,00 heures

Profils des stagiaires : Professionnels expérimentés souhaitant intégrer l'IA dans leur stratégie commerciale, marketing et communication.

Nombre de participants par session : 8 maximum

Pré-requis : Maîtriser les outils numériques de base, disposer d'une expérience en fonction commerciale, marketing ou direction et une première expérience avec un outil d'IA générative est recommandée.



Objectifs pédagogiques

Analyser le diagnostic commercial et définir des objectifs adaptés avec l'intégration de l'IA. Automatiser les processus commerciaux via des agents IA et des workflows. Concevoir une stratégie marketing digital multicanale assistée par l'IA et piloter sa mise en œuvre. Maîtriser les principes de gouvernance, RGPD et d'IA responsable appliqués aux activités commerciales et marketing. Définir une architecture IA adaptée avec indicateurs de performance pour un pilotage optimal. Déployer un plan d'action opérationnel aligné avec la stratégie et assurer l'accompagnement au changement.



Contenu de la formation & Aptitudes développées

Module 1 – Élaborer une stratégie commerciale augmentée par l'IA (7 heures)

Compétence développée : Analyser le diagnostic commercial et définir une stratégie commerciale intégrant l'intelligence artificielle.

Aptitude développée : Analyser et définir une stratégie commerciale augmentée par l'IA.

Contenus abordés :

- Analyse du parcours client et segmentation à l'aide de données IA.
- Définition des personas, ICP, positionnement et proposition de valeur avec outils IA.
- Organisation et planification des actions commerciales augmentées par l'IA.

Module 2 – Automatiser les processus commerciaux (7 heures)

Compétence développée : Mettre en œuvre des outils et agents IA pour automatiser les processus commerciaux.

Aptitude développée : Automatiser les processus commerciaux à l'aide de technologies IA et outils adaptés.

Contenus abordés :

- Utilisation d'un CRM intelligent et qualification automatique des prospects.
- Création de workflows et agents IA avec n8n, Make ou Zapier.
- Personnalisation des emails et relances automatisées.

Module 3 – Marketing digital et réseaux sociaux avec l'IA (7 heures)



Compétence développée : Concevoir et déployer une stratégie marketing digital multicanale assistée par l'IA.

Aptitude développée : Concevoir une stratégie éditoriale et générer des contenus optimisés par l'IA.

Contenus abordés :

- Création d'un calendrier de contenu et génération automatisée de posts.
- Optimisation SEO et campagnes emailing avec outils IA.
- Usage d'outils IA pour création visuelle et veille concurrentielle.

Module 4 – Gouvernance, RGPD et IA responsable (7 heures)

Compétence développée : Appliquer les règles de gouvernance et conformité RGPD dans les projets intégrant l'IA.

Aptitude développée : Sécuriser les usages IA en conformité avec le cadre réglementaire et les bonnes pratiques.

Contenus abordés :

- Cadre réglementaire RGPD et Protection des données personnelles liées à l'IA.
- Principes de cybersécurité et gestion des risques associés aux outils IA.
- Élaboration d'une charte d'utilisation responsable de l'IA en entreprise.

Module 5 – Concevoir son système IA et piloter la performance (7 heures)

Compétence développée : Construire une architecture IA adaptée et piloter la performance commerciale et marketing.

Aptitude développée : Définir et piloter un système IA avec indicateurs de performance clés.

Contenus abordés :

- Définition de l'architecture technologique et choix des outils IA.
- Construction des tableaux de bord et indicateurs KPI commerciaux et marketing.
- Élaboration du plan de déploiement et accompagnement au changement.



Organisation de la formation



Équipe pédagogique

Nos intervenants sont des experts dans leur domaine. Leur expérience opérationnelle leur permet d'illustrer la formation par des exemples concrets, des retours d'expérience, des études de cas et des mises en situation professionnelles.



Accessibilité

La formation est accessible aux personnes à mobilité réduite. Les supports sont adaptés pour faciliter l'accès et la compréhension.



Moyens pédagogiques & techniques

Support numérique, documentation, fiches mémo, quiz, vidéos, cas pratiques, grilles d'analyse, documents réglementaires.



Suivi & évaluation des résultats

Émargement, évaluation diagnostique, évaluations formatives, quiz, cas pratiques, mises en situation, QCM final, évaluation de satisfaction et attestation de formation.



Délai d'accès

Le délai d'inscription à la formation est au minimum de **2 semaines** avant la date de réalisation.



Modalités d'évaluation & Indicateurs qualité

La formation est sanctionnée par :

Modalités d'évaluation : Attestation de formation remise au participant après participation active et réalisation des évaluations prévues.

Indicateurs Qualité : Note de la formation : / 10