



Durée : 04 Mois

Programme de Formation
MARKETING DIGITAL STRATÉGIQUE ASSISTÉ

1

PROGRAMME DE FORMATION SUR LE MARKETING DIGITAL STRATEGIQUE ASSISTE

OBJECTIFS :

Ce programme de formation complet de 4 mois vise à doter les participants des compétences et des connaissances nécessaires pour maîtriser le marketing digital stratégique assisté par l'intelligence artificielle (IA). Ils seront en mesure de concevoir et mettre en œuvre des stratégies marketing digitales efficaces, en s'appuyant sur les données, la personnalisation et l'IA pour optimiser les résultats.

Public cible :

Ce programme s'adresse à tous ceux qui souhaitent développer leurs compétences en marketing digital stratégique et exploiter le potentiel de l'IA pour améliorer leurs campagnes marketing, notamment :

- Professionnels du marketing digital souhaitant se spécialiser dans le marketing digital stratégique assisté par l'IA
- Entrepreneurs et chefs d'entreprise désireux de promouvoir leur activité en ligne de manière plus efficace
- Étudiants en marketing ou en communication digitale à la recherche d'une formation professionnalisante

Prérequis :

Avoir des connaissances de base en marketing digital et en communication digitale.

DEROULEMENT DE LA FORMATION :

La formation est dispensée sur une durée de 4 mois, à raison de 2 journées de formation par semaine (soit 16 heures par semaine). Elle est organisée en modules et en leçons, chacun abordant un thème spécifique du marketing digital stratégique assisté par l'IA.

Contenu de la formation :

MODULE 1 : INTRODUCTION AU MARKETING DIGITAL STRATEGIQUE ET A L'IA

[Leçon 1 : Définition du marketing digital stratégique et introduction à l'IA](#)

- A. Comprendre les concepts clés du marketing digital stratégique
- B. Découvrir les différentes applications de l'IA dans le marketing digital
- C. Identifier les avantages et les défis du marketing digital stratégique assisté par l'IA

Leçon 2 : Le paysage du marketing digital et l'impact de l'IA

- A. Analyser les tendances actuelles du marketing digital et l'évolution du paysage digital
- B. Comprendre l'impact de l'IA sur le comportement des consommateurs et les pratiques marketing
- C. Découvrir les outils et technologies d'IA utilisés en marketing digital

Leçon 3 : Éthique et responsabilité en marketing digital stratégique assisté par l'IA

- A. Sensibiliser aux enjeux éthiques et sociétaux liés à l'utilisation de l'IA en marketing
- B. Comprendre les principes de responsabilité et de transparence en marketing digital
- C. Mettre en place des pratiques marketing éthiques et responsables

MODULE 2 : ANALYSE DES DONNEES ET INSIGHTS

Leçon 4 : Collecte et nettoyage de données marketing

- A. Identifier les différentes sources de données marketing (web analytics, réseaux sociaux, CRM, etc.)
- B. Mettre en place des processus de collecte de données efficaces
- C. Nettoyer et préparer les données pour une analyse approfondie

Leçon 5 : Analyse exploratoire et visualisation de données

- A. Explorer et analyser les données marketing à l'aide d'outils statistiques et de data visualisation
- B. Découvrir des tendances et des insights clés à partir des données
- C. Communiquer efficacement les résultats d'analyse aux parties prenantes

Leçon 6 : Modélisation prédictive et intelligence artificielle pour l'analyse marketing

- A. Apprendre les bases de la modélisation prédictive et de l'apprentissage automatique en marketing

- B. Utiliser des algorithmes d'IA pour identifier des patterns et faire des prédictions sur le comportement des consommateurs
- C. Prendre des décisions marketing éclairées basées sur des données et des insights

MODULE 3 : PERSONNALISATION ET SEGMENTATION BASEES SUR L'IA

Leçon 7 : Créer des segments d'audience pertinents avec l'IA

- A. Utiliser des techniques de segmentation basées sur l'IA pour identifier des groupes d'utilisateurs distincts
- B. Comprendre les caractéristiques et les comportements de chaque segment d'audience
- C. Créer des personas d'utilisateur personnalisés pour chaque segment

Leçon 8 : Personnaliser l'expérience client grâce à l'IA

- A. Mettre en place des recommandations de produits et de contenus personnalisés
- B. Créer des messages marketing personnalisés pour chaque segment d'audience
- C. Optimiser l'expérience client en fonction des besoins et des préférences individuelles

Leçon 9 : A/B testing et optimisation de campagnes marketing avec l'IA

- A. Réaliser des tests A/B pour comparer différentes versions de pages web, d'e-mails ou de publicités
- B. Utiliser des algorithmes d'IA pour automatiser l'optimisation des campagnes marketing
- C. Améliorer continuellement les performances des campagnes marketing en se basant sur les données

MODULE 4 : STRATEGIE DE CONTENU BASEE SUR L'IA

Leçon 10 : Développer une stratégie de contenu basée sur l'IA

- A. Définir les objectifs de sa stratégie de contenu en s'appuyant sur les données et les insights

- B. Identifier les types de contenu les plus pertinents pour son audience cible
- C. Créer un calendrier éditorial optimisé pour la publication de contenu

Leçon 11 : Créer du contenu engageant et optimisé pour le référencement

- A. Utiliser des outils d'IA pour générer des idées de contenu et rédiger des textes optimisés
- B. Créer des visuels et des vidéos attrayants pour captiver l'attention des utilisateurs
- C. Optimiser son contenu pour le référencement naturel et les moteurs de recherche

Leçon 12 : Promouvoir son contenu sur les réseaux sociaux et autres canaux

- A. Définir une stratégie de distribution de contenu adaptée à chaque canal
- B. Utiliser des outils d'IA pour automatiser la publication et la promotion de contenu
- C. Suivre les performances de son contenu et identifier les canaux les plus efficaces

MODULE 5 : DISTRIBUTION DE CONTENU ET RECOMMANDATIONS

Leçon 13 : Choisir les canaux de distribution de contenu adéquats

- A. Évaluer les différents canaux de distribution de contenu disponibles (réseaux sociaux, email marketing, sites web partenaires, etc.)

- B. Sélectionner les canaux les plus pertinents pour son audience cible et ses objectifs marketing
- C. Développer une stratégie de distribution de contenu multicanal

Leçon 14 : Mettre en place des systèmes de recommandation de contenu

- A. Comprendre les principes de fonctionnement des systèmes de recommandation de contenu
- B. Utiliser des algorithmes d'IA pour proposer des contenus pertinents à chaque utilisateur
- C. Personnaliser l'expérience utilisateur en fonction de ses intérêts et de son comportement

Leçon 15 : Mesurer l'efficacité de sa stratégie de distribution de contenu

- A. Suivre les indicateurs clés de performance (KPIs) liés à la distribution de contenu
- B. Analyser les données de performance pour identifier les canaux et les types de contenu les plus efficaces
- C. Optimiser continuellement sa stratégie de distribution de contenu en se basant sur les données

MODULE 6 : ANALYSE ET OPTIMISATION DU CONTENU

AVEC L'IA

Leçon 16 : Analyser les performances de son contenu avec des outils d'IA

- A. Utiliser des outils d'IA pour analyser le trafic, l'engagement et la conversion de son contenu

- B. Identifier les contenus les plus performants et ceux qui nécessitent une amélioration
- C. Comprendre les préférences et les comportements de son audience cible

Leçon 17 : Optimiser son contenu en fonction des données et des insights

- A. Apporter des modifications à son contenu en se basant sur les résultats de l'analyse
- B. Tester différentes versions de contenu pour améliorer ses performances
- C. Optimiser son contenu pour le référencement naturel et les moteurs de recherche

Leçon 18 : Automatiser l'analyse et l'optimisation du contenu avec l'IA

- A. Mettre en place des processus automatisés d'analyse et d'optimisation du contenu
- B. Utiliser des algorithmes d'IA pour identifier les opportunités d'amélioration du contenu
- C. Améliorer continuellement l'efficacité de sa stratégie de contenu en se basant sur les données

MODULE 7 : PUBLICITE CIBLEE BASEE SUR L'IA

Leçon 19 : Créer des campagnes publicitaires ciblées avec l'IA

- A. Définir les objectifs de ses campagnes publicitaires et identifier son audience cible

- B. Utiliser des outils d'IA pour segmenter son audience et créer des personas d'utilisateur
- C. Développer des messages publicitaires personnalisés pour chaque segment d'audience

Leçon 20 : Choisir les plateformes publicitaires adéquates

- A. Évaluer les différentes plateformes publicitaires disponibles (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, etc.)
- B. Sélectionner les plateformes les plus pertinentes pour son audience cible et ses objectifs marketing
- C. Définir le budget de ses campagnes publicitaires

Leçon 21 : Optimiser ses campagnes publicitaires avec l'IA

- A. Utiliser des outils d'IA pour optimiser les enchères et le ciblage de ses campagnes publicitaires
- B. A/B tester différentes versions de ses annonces pour améliorer leurs performances
- C. Suivre les résultats de ses campagnes publicitaires et identifier les opportunités d'optimisation

MODULE 8 : AUTOMATISATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Leçon 22 : Automatiser la création de campagnes publicitaires

- A. Utiliser des outils d'IA pour automatiser la création de campagnes publicitaires sur différentes plateformes
- B. Générer des annonces personnalisées en fonction des données et des insights
- C. Optimiser les enchères et le ciblage des campagnes en temps réel

Leçon 23 : Mettre en place des règles d'automatisation pour les campagnes publicitaires

- A. Définir des règles d'automatisation pour gérer les campagnes publicitaires en fonction de leur performance
- B. Ajuster automatiquement les budgets, les enchères et le ciblage en fonction des résultats
- C. Optimiser l'efficacité des campagnes publicitaires en temps réel

Leçon 24 : Suivre et analyser les performances des campagnes automatisées

- A. Analyser les données de performance des campagnes automatisées pour identifier les opportunités d'optimisation
- B. Comprendre l'impact de l'automatisation sur les résultats des campagnes
- C. Améliorer continuellement les performances des campagnes automatisées en se basant sur les données

MODULE 9 : MESURE DES PERFORMANCES PUBLICITAIRES AVEC L'IA

Leçon 25 : Attribuer les conversions aux différents canaux publicitaires

- A. Utiliser des outils d'IA pour attribuer les conversions aux différents canaux publicitaires
- B. Comprendre l'impact de chaque canal sur le parcours client et la conversion
- C. Optimiser le budget et le ciblage des campagnes en fonction de l'attribution des conversions

Leçon 26 : Mesurer le retour sur investissement (ROI) des campagnes publicitaires

- A. Calculer le ROI des campagnes publicitaires en utilisant des modèles d'IA
- B. Identifier les campagnes les plus rentables et celles qui nécessitent une amélioration
- C. Prendre des décisions stratégiques basées sur le ROI des campagnes publicitaires

Leçon 27 : Visualiser les données de performance publicitaire avec des outils d'IA

- A. Créer des tableaux de bord et des rapports personnalisés pour visualiser les données de performance publicitaire
- B. Identifier les tendances et les insights clés à partir des données
- C. Communiquer efficacement les résultats des campagnes publicitaires aux parties prenantes

MODULE 10 : EXPERIENCE UTILISATEUR ASSISTEE

Leçon 28 : Personnaliser l'expérience utilisateur avec l'IA

- A. Utiliser des outils d'IA pour créer des expériences utilisateur personnalisées sur les sites web et les applications
- B. Recommander des produits ou des contenus pertinents à chaque utilisateur
- C. Optimiser l'expérience utilisateur pour améliorer la satisfaction et la conversion

Leçon 29 : Utiliser l'IA pour le chat en ligne et les assistants virtuels

- A. Mettre en place des chatbots et des assistants virtuels basés sur l'IA pour répondre aux questions des utilisateurs et fournir un support client
- B. Utiliser l'IA pour analyser les conversations et identifier les opportunités d'amélioration
- C. Améliorer l'expérience client en offrant un support instantané et personnalisé

Leçon 30 : A/B tester l'expérience utilisateur avec l'IA

- A. Réaliser des tests A/B pour comparer différentes versions de pages web, d'applications ou d'interfaces utilisateur
- B. Utiliser des algorithmes d'IA pour identifier les versions les plus performantes
- C. Optimiser l'expérience utilisateur en se basant sur les données et les insights

MODULE 11 : UTILISATION DE L'IA DANS LE MARKETING

PREDICTIF

Leçon 31 : Prédire le comportement des clients avec l'IA

- A. Utiliser des modèles d'IA pour prédire le comportement des clients, tels que l'achat, la rétention ou le churn
- B. Identifier les clients à risque et mettre en place des stratégies de fidélisation
- C. Optimiser les campagnes marketing en ciblant les clients les plus susceptibles de convertir

Leçon 32 : Développer des modèles de scoring client avec l'IA

- A. Créer des modèles de scoring client pour segmenter les clients en fonction de leur valeur et de leur potentiel

- B. Identifier les clients les plus rentables et ceux qui nécessitent une attention particulière
- C. Prendre des décisions marketing basées sur la valeur prédictive des clients

Leçon 33 : Utiliser l'IA pour la détection de fraude

- A. Mettre en place des systèmes de détection de fraude basés sur l'IA pour identifier les transactions frauduleuses
- B. Protéger l'entreprise contre les pertes financières et les atteintes à la réputation
- C. Améliorer la confiance des clients en garantissant un environnement de transaction sécurisé

Leçon 34 : Introduction à l'automatisation du marketing digital avec l'IA

- A. Définir l'automatisation du marketing et ses avantages pour les entreprises
- B. Comprendre les différents types d'automatisation du marketing
- C. Identifier les tâches marketing pouvant être automatisées par l'IA

Leçon 35 : Outils d'automatisation du marketing basés sur l'IA

- A. Découvrir les principaux outils d'automatisation du marketing basés sur l'IA
- B. Évaluer les fonctionnalités et les avantages de chaque outil
- C. Choisir l'outil d'automatisation du marketing adapté à vos besoins

Leçon 36 : Mise en œuvre d'une stratégie d'automatisation du marketing

- A. Définir vos objectifs d'automatisation du marketing

- B. Identifier les workflows marketing à automatiser
- C. Configurer et intégrer vos outils d'automatisation du marketing

Leçon 37 : Automatisation de tâches marketing courantes avec l'IA

- A. Automatiser la création et l'envoi d'emails marketing
- B. Gérer les leads et les prospects automatiquement
- C. Automatiser les tâches de publication sur les réseaux sociaux
- D. Optimiser les campagnes marketing avec l'IA

MODULE 12 : ANALYSE DES RESULTATS ET PRISE DE DECISION ASSISTEE PAR L'IA (1 MOIS)

Leçon 38 : Analyse de données marketing avec l'IA

- A. Collecter et organiser des données marketing provenant de diverses sources
- B. Nettoyer et préparer les données pour une analyse efficace
- C. Explorer les données marketing avec des outils de visualisation et d'analyse

Leçon 39 : Modèles d'apprentissage automatique pour le marketing digital

- A. Découvrir les concepts clés de l'apprentissage automatique et son application en marketing
- B. Apprendre à construire des modèles d'apprentissage automatique pour analyser des données marketing
- C. Prédire des tendances et des comportements clients grâce à l'IA

Leçon 40 : Prise de décision marketing basée sur les données

- A. Traduire les insights issus des données en actions marketing concrètes

- B. Optimiser les campagnes marketing en fonction des performances mesurées
- C. Prendre des décisions stratégiques basées sur des données fiables

Leçon 41 : Mesurer le ROI de l'IA dans le marketing digital

- A. Évaluer l'impact de l'automatisation du marketing et de l'analyse de données sur vos performances marketing
- B. Calculer le retour sur investissement (ROI) de vos initiatives d'IA
- C. Améliorer continuellement vos stratégies d'IA marketing