



Durée : 06 Mois

Programme de Formation **MARKETING DIGITAL CLASSIQUE**

4



PROGRAMME DE FORMATION SUR LE MARKETING DIGITAL CLASSIQUE

Ce programme complet de 6 mois vise à doter les participants des compétences et des connaissances nécessaires pour maîtriser le marketing digital classique et exploiter le potentiel de l'intelligence artificielle (IA) pour améliorer leurs résultats. Ils seront en mesure de créer et mettre en œuvre des stratégies marketing digitales efficaces, d'optimiser leur présence en ligne, d'automatiser des tâches marketing et d'analyser leurs données pour prendre des décisions éclairées, en s'appuyant sur l'IA.

PUBLIC CIBLE :

Ce programme s'adresse à tous ceux qui souhaitent développer leurs compétences en marketing digital et découvrir comment l'IA peut les aider à améliorer leurs performances, notamment :

- Chefs d'entreprise et responsables marketing désireux de développer leur activité en ligne
- Professionnels du marketing digital souhaitant se spécialiser dans le marketing digital classique assisté par l'IA

- Étudiants en marketing, communication ou informatique à la recherche d'une formation professionnalisante

Prérequis : Avoir des connaissances de base en informatique et en navigation internet.

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

Leçon 1 : Définition du marketing digital et découverte de l'IA

- A. Comprendre les concepts clés du marketing digital et son évolution
- B. Découvrir les différentes applications de l'IA dans le domaine du marketing digital
- C. Identifier les avantages et les enjeux du marketing digital 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 les comportements des internautes
- B. Comprendre l'impact de l'IA sur la création, la gestion et la promotion des campagnes marketing
- C. Découvrir les outils et technologies d'IA utilisés en marketing digital

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

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

- C. Mettre en place des pratiques de marketing digital éthiques et responsables

MODULE 2 : STRATEGIE MARKETING DIGITALE BASEE SUR

L'IA

Leçon 4 : Définir ses objectifs marketing et identifier son audience cible

- A. Établir des objectifs marketing clairs et mesurables pour ses campagnes digitales
- B. Identifier son audience cible et comprendre ses besoins, ses attentes et ses comportements d'achat
- C. Définir le buyer persona pour mieux cibler ses messages marketing

Leçon 5 : Créer une stratégie de content marketing assistée par l'IA

- A. Développer une stratégie de content marketing cohérente et alignée avec ses objectifs marketing
- B. Utiliser des outils d'IA pour identifier les sujets de contenu pertinents et tendances
- C. Créer du contenu de qualité adapté à son audience cible et à ses différents canaux de communication

Leçon 6 : Mettre en place une stratégie de référencement (SEO) optimisée par l'IA

- A. Optimiser son site web pour les moteurs de recherche en utilisant des techniques de SEO
- B. Utiliser des outils d'IA pour analyser son site web et identifier les points d'amélioration

- C. Suivre les performances de son référencement et ajuster sa stratégie en conséquence

MODULE 3 : SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) ASSISTÉ PAR L'IA

Leçon 71 : Les bases du référencement et les facteurs de classement

- A. Comprendre les principes fondamentaux du référencement et les facteurs pris en compte par les moteurs de recherche
- B. Identifier les mots-clés pertinents pour son activité et son audience cible
- C. Optimiser le contenu de son site web pour les mots-clés ciblés

Leçon 8 : Techniques de référencement on-page et off-page

- A. Mettre en place des techniques de référencement on-page pour optimiser son site web
- B. Développer une stratégie de référencement off-page pour obtenir des backlinks de qualité
- C. Utiliser des outils d'IA pour automatiser certaines tâches de référencement

Leçon 9 : Suivre et analyser ses performances SEO

- A. Suivre les performances de son référencement à l'aide d'outils d'analyse web
- B. Identifier les points d'amélioration et ajuster sa stratégie SEO en conséquence

MODULE 4 : UTILISATION DE L'IA DANS L'INBOUND

MARKETING POUR ATTIRER ET CONVERTIR LES PROSPECTS

Leçon 10 : Créer des landing pages optimisées pour la conversion

- A. Définir les éléments clés d'une landing page performante
- B. Utiliser des outils d'IA pour créer des landing pages personnalisées et optimisées pour la conversion
- C. A/B tester différentes versions de ses landing pages pour améliorer leur efficacité

Leçon 11 : Mettre en place des formulaires de capture de leads

- A. Créer des formulaires de capture de leads efficaces et respectueux du RGPD
- B. Utiliser des outils d'IA pour qualifier les leads et identifier les prospects les plus prometteurs
- C. Nurturer les leads qualifiés pour les convertir en clients

Leçon 12 : Automatiser les workflows marketing pour un lead nurturing efficace

- A. Créer des workflows marketing automatisés pour guider les prospects à travers le tunnel de conversion
- B. Utiliser des outils d'IA pour personnaliser les messages et les offres en fonction du profil des prospects
- C. Analyser les performances des workflows marketing et optimiser les processus en continu

MODULE 5 : EMAIL MARKETING AVEC L'AUTOMATISATION ET LA PERSONNALISATION BASEES SUR L'IA

Leçon 13 : Créer des campagnes d'email marketing efficaces

- A. Définir les objectifs de ses campagnes d'email marketing et segmenter son audience
- B. Rédiger des emails persuasifs et ciblés en fonction du profil des destinataires
- C. Utiliser des outils d'IA pour personnaliser les emails et améliorer leur taux d'ouverture et de clic

Leçon 14 : Automatiser ses campagnes d'email marketing

- A. Mettre en place des campagnes d'email marketing automatisées basées sur des déclencheurs
- B. Utiliser des outils d'IA pour envoyer des emails personnalisés en fonction du comportement des utilisateurs
- C. Analyser les performances des campagnes d'email marketing et optimiser les stratégies en conséquence

Leçon 15 : Respecter les bonnes pratiques d'email marketing et la réglementation RGPD

- A. Comprendre les principes clés de l'email marketing responsable et conforme au RGPD
- B. Obtenir le consentement des utilisateurs pour l'envoi d'emails
- C. Mettre en place des procédures de désinscription claires et accessibles

MODULE 6 : CONTENT MARKETING ASSISTÉ PAR L'IA

Leçon 16 : Créer un calendrier éditorial et planifier son contenu

- A. Définir les piliers de contenu de sa stratégie de content marketing
- B. Créer un calendrier éditorial pour planifier la publication de son contenu

- C. Utiliser des outils d'IA pour identifier les sujets de contenu pertinents et tendances

Leçon 17 : Produire du contenu de qualité adapté à son audience

- A. Rédiger des articles de blog, des infographies, des vidéos et d'autres formats de contenu engageants
- B. Optimiser son contenu pour le référencement (SEO) et la recherche vocale
- C. Utiliser des outils d'IA pour créer du contenu de qualité et adapté à son audience

Leçon 18 : Promouvoir son contenu et générer du trafic vers son site web

- A. Utiliser les réseaux sociaux, le référencement payant (SEA) et d'autres canaux de distribution pour promouvoir son contenu
- B. Analyser les performances de son contenu et identifier les leviers les plus efficaces
- C. Optimiser sa stratégie de promotion de contenu en continu

MODULE 7 : GENERATION AUTOMATISEE DE CONTENU

ASSISTEE PAR L'IA

Leçon 19 : Découvrir les outils de génération de contenu automatisée basés sur l'IA

- A. Explorer les différentes solutions de génération de contenu automatisée disponibles sur le marché
- B. Comprendre les avantages et les limites de ces outils
- C. Identifier les types de contenu pour lesquels la génération automatisée peut être utile

Leçon 20 : Générer différents formats de contenu avec des outils d'IA

- A. Créer des articles de blog, des descriptions de produits, des posts sur les réseaux sociaux et d'autres formats de contenu à l'aide de l'IA
- B. Personnaliser le contenu généré en fonction de son audience et de ses objectifs marketing
- C. Utiliser l'IA pour améliorer la qualité et la cohérence de son contenu

Leçon 21 : Intégrer la génération de contenu automatisée dans sa stratégie marketing

- A. Définir une stratégie claire pour l'utilisation de la génération de contenu automatisée
- B. Combiner la génération de contenu automatisée avec la création manuelle de contenu pour obtenir des résultats optimaux
- C. Mesurer l'impact de la génération de contenu automatisée sur ses performances marketing

MODULE 8 : UTILISATION DE L'IA POUR EVALUER L'EFFICACITE DU CONTENU

Leçon 22 : Définir les indicateurs clés de performance (KPIs) pour mesurer le contenu

- A. Identifier les KPIs pertinents pour évaluer l'efficacité de son contenu marketing
- B. Mettre en place des outils d'analyse web pour suivre les performances de son contenu
- C. Analyser les données de performance pour identifier les contenus les plus performants et les moins performants

Leçon 23 : Utiliser des outils d'IA pour analyser les données de contenu

- A. Exploiter des outils d'IA pour analyser le sentiment des utilisateurs et identifier les sujets qui suscitent le plus d'intérêt
- B. Comprendre le comportement des utilisateurs sur son site web et identifier les pages les plus consultées
- C. Optimiser son contenu en fonction des insights obtenus grâce à l'analyse des données

Leçon 24 : A/B tester son contenu pour améliorer ses performances

- A. Mettre en place des A/B tests pour comparer différentes versions de son contenu et identifier la meilleure
- B. Utiliser des outils d'IA pour automatiser les A/B tests et optimiser le processus
- C. Améliorer son contenu en continu en se basant sur les résultats des A/B tests

MODULE 9 : UTILISATION DE L'IA POUR RECOMMANDER DU CONTENU PERTINENT

Leçon 25 : Mettre en place des systèmes de recommandation de contenu basés sur l'IA

- A. Découvrir les différentes technologies de recommandation de contenu basées sur l'IA
- B. Intégrer des systèmes de recommandation de contenu dans son site web ou son application
- C. Personnaliser les recommandations de contenu en fonction du profil des utilisateurs

Leçon 26 : Améliorer l'expérience utilisateur grâce à des recommandations pertinentes

- A. Proposer du contenu pertinent et personnalisé à chaque utilisateur
- B. Augmenter le temps passé par les utilisateurs sur son site web ou son application
- C. Améliorer le taux de conversion et générer plus de leads et de ventes

Leçon 27 : Analyser les performances des systèmes de recommandation de contenu

- A. Suivre les performances des systèmes de recommandation de contenu et identifier les points d'amélioration
- B. Optimiser les algorithmes de recommandation en fonction des données d'utilisation
- C. Garantir que les recommandations de contenu sont pertinentes et respectent les préférences des utilisateurs

MODULE 10 : L'IA DANS L'ANALYSE DES DONNEES DES RESEAUX SOCIAUX

Leçon 28 : Collecter et analyser les données des réseaux sociaux

- A. Identifier les plateformes de réseaux sociaux pertinentes pour son activité
- B. Collecter des données sur ses followers, ses concurrents et les tendances du secteur
- C. Utiliser des outils d'IA pour analyser les données des réseaux sociaux et en extraire des insights

Leçon 29 : Suivre la performance de ses campagnes sur les réseaux sociaux

- A. Mesurer l'impact de ses campagnes sur les réseaux sociaux sur ses objectifs marketing
- B. Identifier les contenus et les formats les plus performants sur les réseaux sociaux
- C. Optimiser ses stratégies de réseaux sociaux en fonction des données d'analyse

Leçon 30 : Utiliser l'IA pour identifier les opportunités d'engagement sur les réseaux sociaux

- A. Découvrir les tendances et les conversations en lien avec son secteur d'activité sur les réseaux sociaux
- B. Identifier les influenceurs pertinents pour son audience
- C. Développer des stratégies d'engagement sur les réseaux sociaux basées sur les insights obtenus

MODULE 11 : L'IA POUR LA PLANIFICATION ET L'AUTOMATISATION DES PUBLICATIONS SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Leçon 31 : Créer un calendrier éditorial pour ses réseaux sociaux

- A. Définir une stratégie de publication cohérente pour ses différents réseaux sociaux
- B. Planifier ses publications à l'avance en utilisant un calendrier éditorial
- C. Utiliser des outils d'IA pour automatiser la planification et la publication de contenu

Leçon 32 : Automatiser la création de contenu pour les réseaux sociaux

- A. Générer des posts, des images et des vidéos pour les réseaux sociaux à l'aide d'outils d'IA
- B. Personnaliser le contenu en fonction de la plateforme et de l'audience cible
- C. Gagner du temps et améliorer sa productivité en automatisant la création de contenu

Leçon 33 : Suivre et analyser les performances de ses publications sur les réseaux sociaux

- A. Identifier les publications les plus performantes sur chaque plateforme
- B. Optimiser le contenu et le timing de ses publications en fonction des données d'analyse
- C. Améliorer sa stratégie de publication sur les réseaux sociaux en continu

MODULE 12 : L'IA DANS L'AUTOMATISATION DES TACHES MARKETING POUR GAGNER DU TEMPS ET ETRE EFFICACE

Leçon 34 : Identifier les tâches marketing routinières à automatiser

- A. Analyser son workflow marketing et identifier les tâches répétitives et chronophages
- B. Découvrir les outils d'automatisation marketing disponibles sur le marché
- C. Évaluer le potentiel d'automatisation pour chaque tâche marketing identifiée

Leçon 35 : Mettre en place des workflows marketing automatisés

- A. Choisir les outils d'automatisation marketing adaptés à ses besoins

- B. Configurer les workflows marketing automatisés en fonction des tâches à automatiser
- C. Tester et optimiser les workflows automatisés pour garantir leur efficacité

Leçon 36 : Mesurer l'impact de l'automatisation sur la productivité et les performances marketing

- A. Suivre le temps gagné grâce à l'automatisation des tâches marketing
- B. Analyser l'impact de l'automatisation sur la qualité du travail et les résultats marketing
- C. Optimiser en continu les workflows automatisés pour maximiser leur impact

MODULE 13 : L'IA DANS LES SYSTEMES DE CRM POUR GERER LES INTERACTIONS CLIENTS

Leçon 37 : Découvrir les fonctionnalités des systèmes de CRM basés sur l'IA

- A. Explorer les différentes solutions de CRM disponibles sur le marché
- B. Comprendre les avantages des systèmes de CRM basés sur l'IA pour la gestion des interactions clients
- C. Identifier les fonctionnalités CRM essentielles pour son activité

Leçon 38 : Mettre en place un système de CRM et segmenter sa base de données clients

- A. Choisir un système de CRM adapté à ses besoins et à son budget
- B. Importer ses données clients dans le système CRM et les segmenter en fonction de critères pertinents

- C. Enrichir les profils clients avec des données provenant de différentes sources

Leçon 39 : Utiliser l'IA pour personnaliser les interactions clients

- A. Automatiser des tâches de CRM telles que l'envoi d'emails personnalisés et la relance des prospects
- B. Utiliser l'IA pour analyser le comportement des clients et identifier les opportunités d'upselling et de cross-selling
- C. Améliorer la satisfaction client et la fidélisation grâce à des interactions personnalisées

MODULE 14 : EMAIL MARKETING AUTOMATISE AVEC DES

RECOMMANDATIONS BASEES SUR L'IA POUR UNE

PERSONNALISATION AVANCEE

Leçon 40 : Créer des segments d'audience pour des emails personnalisés

- A. Segmenter sa base de données clients en fonction de critères démographiques, comportementaux et d'intérêt
- B. Définir des profils d'audience précis pour chaque segment
- C. Créer des emails personnalisés et pertinents pour chaque segment d'audience

Leçon 41 : Utiliser l'IA pour générer des recommandations de produits et services dans les emails

- A. Intégrer des outils d'IA dans sa plateforme d'email marketing
- B. Générer des recommandations de produits et services personnalisées pour chaque destinataire
- C. Améliorer le taux de clic (CTR) et le taux de conversion de ses emails

Leçon 42 : Mesurer l'impact de l'email marketing personnalisé sur ses performances marketing

- A. Analyser les performances de ses campagnes d'email marketing personnalisées
- B. Identifier les segments d'audience et les types de contenu les plus performants
- C. Optimiser ses stratégies d'email marketing en continu pour maximiser leur impact

MODULE 15 : L'IA DANS LE LEAD NURTURING POUR QUALIFIER ET SUIVRE LES PROSPECTS

Leçon 43 : Créer des workflows de lead nurturing automatisés

- A. Définir les étapes du processus de lead nurturing
- B. Créer des workflows automatisés pour guider les leads à travers le tunnel de conversion
- C. Utiliser des outils d'IA pour personnaliser les messages et les offres en fonction du profil des leads

Leçon 44 : Qualifier les leads et identifier les prospects les plus prometteurs

- A. Utiliser des outils d'IA pour analyser le comportement des leads et identifier les signaux de qualification
- B. Noter les leads en fonction de leur engagement et de leur potentiel
- C. Prioriser les leads les plus prometteurs pour les équipes de vente

Leçon 45 : Mesurer l'impact du lead nurturing sur la génération de leads et les ventes

- A. Analyser le taux de conversion des leads qualifiés
- B. Identifier les workflows de lead nurturing les plus efficaces
- C. Optimiser les stratégies de lead nurturing en continu pour améliorer les résultats

MODULE 16 : UTILISATION DE PLATEFORMES DE MARKETING AUTOMATION BASEES SUR L'IA POUR GERER LES CAMPAGNES

Leçon 46 : Découvrir les fonctionnalités des plateformes de marketing automation basées sur l'IA

- A. Explorer les différentes plateformes de marketing automation disponibles sur le marché
- B. Comprendre les avantages des plateformes de marketing automation basées sur l'IA
- C. Identifier les fonctionnalités essentielles d'une plateforme de marketing automation pour ses besoins

Leçon 47 : Choisir et intégrer une plateforme de marketing automation

- A. Évaluer les différentes plateformes de marketing automation en fonction de ses besoins et de son budget
- B. Sélectionner la plateforme de marketing automation la plus adaptée à son activité
- C. Intégrer la plateforme de marketing automation avec ses autres outils marketing

Leçon 48 : Créer et gérer des campagnes marketing automatisées

- A. Utiliser les fonctionnalités de la plateforme de marketing automation pour créer des campagnes marketing multicanales
- B. Automatiser des tâches marketing telles que l'envoi d'emails, la publication sur les réseaux sociaux et la gestion des leads
- C. Segmenter son audience et personnaliser les messages en fonction des profils des utilisateurs

MODULE 17 : INTRODUCTION A L'ANALYSE MARKETING AVEC L'UTILISATION DE L'IA POUR L'INTERPRETATION DES DONNEES

Leçon 49: Définir ses objectifs d'analyse marketing et identifier les données à collecter

- A. Déterminer les questions clés auxquelles l'analyse marketing doit répondre
- B. Identifier les données pertinentes à collecter pour répondre à ces questions
- C. Choisir les outils d'analyse marketing adaptés à ses besoins

Leçon 50 : Collecter et organiser ses données marketing

- A. Mettre en place des outils de collecte de données pour suivre les performances de ses campagnes marketing
- B. Organiser et nettoyer ses données marketing pour faciliter leur analyse
- C. Assurer la qualité et la fiabilité des données collectées

Leçon 51 : Utiliser des outils d'IA pour analyser et interpréter ses données marketing

- A. Explorer les différentes solutions d'analyse marketing basées sur l'IA

- B. Utiliser des outils d'IA pour identifier des tendances et des insights dans ses données marketing
- C. Visualiser ses données marketing pour faciliter leur compréhension et leur interprétation

MODULE 18 : GOOGLE ANALYTICS AVEC DES FONCTIONNALITES BASEES SUR L'IA POUR L'ANALYSE APPROFONDIE

Leçon 52 : Configurer et utiliser Google Analytics

- A. Créer un compte Google Analytics et configurer le suivi de son site web
- B. Explorer les différentes fonctionnalités de Google Analytics pour analyser le trafic et le comportement des utilisateurs
- C. Suivre les performances de ses campagnes marketing à l'aide de Google Analytics

Leçon 53 : Utiliser les fonctionnalités avancées de Google Analytics basées sur l'IA

- A. Découvrir les fonctionnalités d'intelligence artificielle de Google Analytics
- B. Utiliser l'IA pour analyser les audiences, les segments de comportement et les parcours utilisateurs
- C. Obtenir des insights automatisés sur ses données marketing grâce à l'IA

Leçon 54 : Créer des rapports et tableaux de bord personnalisés avec Google Analytics

- A. Créer des rapports personnalisés pour suivre les indicateurs clés de performance (KPIs) marketing
- B. Segmenter ses données et créer des tableaux de bord personnalisés pour une analyse approfondie
- C. Partager ses rapports et tableaux de bord avec ses équipes et ses parties prenantes

MODULE 19 : L'IA DANS LA DEFINITION DES KPI ET L'IDENTIFICATION DES MESURES CLES

Leçon 55 : Définir une stratégie de mesure marketing basée sur les objectifs

- A. Aligner ses indicateurs clés de performance (KPIs) marketing sur ses objectifs commerciaux
- B. Identifier les mesures clés à suivre pour chaque canal marketing
- C. Définir des seuils et des objectifs pour chaque KPI

Leçon 56 : Utiliser des outils d'IA pour identifier les KPI pertinents

- A. Exploiter des outils d'IA pour analyser ses données marketing et identifier les indicateurs clés les plus pertinents
- B. Suivre les tendances et les changements de comportement des utilisateurs pour ajuster ses KPI en conséquence
- C. Prioriser les KPI qui ont le plus d'impact sur ses objectifs marketing

Leçon 57 : Mesurer et analyser l'impact de ses actions marketing

- A. Attribuer les conversions et les ventes à ses différentes actions marketing
- B. Calculer le retour sur investissement (ROI) de ses campagnes marketing

- c. Optimiser ses stratégies marketing en fonction des résultats obtenus

MODULE 20 : L'IA DANS LA VISUALISATION DES DONNEES ET LA CREATION DE RAPPORTS AUTOMATISES

Leçon 58 : Créer des visualisations de données efficaces pour communiquer ses insights

- A. Choisir les types de visualisations de données les plus adaptées à ses besoins
- B. Créer des graphiques, des tableaux et des cartes pour présenter ses données de manière claire et concise
- c. Utiliser des outils d'IA pour automatiser la création de visualisations de données

Leçon 59 : Générer des rapports marketing automatisés avec des insights basés sur l'IA

- A. Créer des rapports marketing personnalisés pour différents publics
- B. Automatiser la génération de rapports à l'aide d'outils d'IA
- c. Partager ses rapports avec ses équipes et ses parties prenantes en temps réel

Leçon 60 : Utiliser des tableaux de bord interactifs pour suivre ses performances marketing

- A. Créer des tableaux de bord interactifs pour visualiser ses KPIs marketing en temps réel
- B. Utiliser des outils d'IA pour identifier les tendances et les anomalies dans ses données

- c. Prendre des décisions marketing éclairées en fonction des insights obtenus des tableaux de bord

MODULE 21 : L'IA DANS L'A/B TESTING ET L'OPTIMISATION CONTINUE DES CAMPAGNES MARKETING

Leçon 61 : Définir une stratégie d'A/B testing pour optimiser ses campagnes marketing

- A. Identifier les éléments de ses campagnes marketing à tester
- B. Définir des hypothèses et des objectifs clairs pour chaque test A/B
- c. Mettre en place des tests A/B en utilisant des outils dédiés

Leçon 62 : Utiliser des outils d'IA pour automatiser les tests A/B et analyser les résultats

- A. Automatiser la création et la gestion de tests A/B à l'aide d'outils d'IA
- B. Analyser les résultats des tests A/B en temps réel et identifier les éléments les plus performants
- c. Optimiser ses campagnes marketing en continu en se basant sur les insights obtenus des tests A/B

Leçon 63 : L'IA pour l'optimisation du budget marketing et l'allocation des ressources

- A. Utiliser des outils d'IA pour analyser ses données marketing et identifier les canaux les plus performants
- B. Optimiser l'allocation de son budget marketing en fonction des résultats obtenus

- c. Maximiser le retour sur investissement (ROI) de ses campagnes marketing

MODULE 22 : L'IA ET L'AVENIR DU MARKETING DIGITAL

Leçon 65 : Découvrir les tendances émergentes en marketing digital basées sur l'IA

- A. Explorer les nouvelles technologies d'IA et leur application en marketing digital
- B. Identifier les opportunités et les défis liés à l'utilisation de l'IA en marketing
- c. Préparer sa stratégie marketing pour l'avenir de l'IA

Leçon 66 : L'impact de l'IA sur les métiers du marketing digital

- A. Comprendre comment l'IA va transformer les métiers du marketing digital
- B. Développer les compétences nécessaires pour réussir dans un environnement marketing axé sur l'IA
- c. S'adapter aux changements et rester à la pointe des dernières tendances en matière d'IA

Leçon 67 : L'éthique et la responsabilité en marketing digital assisté par l'IA

- A. Sensibiliser aux enjeux éthiques et sociétaux liés à l'utilisation de l'IA en marketing
- B. Mettre en place des pratiques marketing digitales éthiques et responsables
- c. Assurer la transparence et la confiance dans ses relations avec ses clients