

Déroulé de l'action

• Modalités

Session Inter-ou INTRA
Présentiel/Classe Virtuelle

• Horaires

9H00-12H00 /13H30-17H00

• Méthode pédagogique

Alternance exposés
théoriques
et exercices pratiques (80%
de pratique)

• Suivi et assistance

Support de cours adapté
Assistance téléphonique
gratuite et illimitée

• Validation des acquis

Evaluation formative au
travers de nombreux
exercices tout au long de la
formation permettant de
valider les compétences
acquises
Attestation de stage
Emergement quotidien d'une
feuille de présence

• Accessibilité aux personnes handicapées

Pour tout besoin
d'accessibilité, contactez
Véronique Constantin,
référente handicap :
v.constantin@cit.fr

L'IA pour une stratégie marketing innovante

Objectif : Comprendre l'impact de l'IA dans la mise en place d'une stratégie marketing afin de gagner du temps et de la performance sur vos plans d'actions marketing et communication

Public : Directeurs marketing et communication, responsables communication, marketing, chargés de projet marketing, chargés de communication...

Pré-requis : Expérience en marketing ou communication, connaissance de base de l'informatique et de la navigation sur internet

- 2 jours -

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre l'impact et les possibilités de l'IA générative dans le marketing
- Explorer des outils comme ChatGPT, Midjourney, Pika et Make pour des applications marketing
- Développer des stratégies de marketing opérationnel, stratégique et digital intégrant l'IA

Contenu de formation

Introduction à l'IA Générative et ses Applications dans le Marketing

- Fondamentaux de l'IA : de la vision par ordinateur au marketing prédictif
- Exploration des outils d'IA générative : ChatGPT, Midjourney, Pika

Stratégies de Marketing Opérationnel avec l'IA

- Utilisation de l'IA pour la segmentation et le ciblage des clients
- Optimisation des campagnes marketing grâce à l'IA
- Création et analyse d'enquêtes de satisfaction client avec l'IA

Marketing Stratégique et Digital à l'Ère de l'IA

- Analyse de données et micro-segmentation en temps réel
- Automatisation des campagnes et création de contenu avec l'IA
- Création de contenu assistée par l'IA pour les médias sociaux et autres canaux
- Étude de cas : succès et défis de l'intégration de l'IA dans le marketing

Éthique, Sécurité et Perspectives Futures de l'IA en Marketing

- Discussions sur les défis éthiques et juridiques
- Tendances futures et innovation dans l'IA pour le marketing
- Préparation à l'évolution des métiers du marketing à l'ère de l'IA

Ateliers Pratiques et Études de Cas

- Création de campagnes publicitaires avec l'IA
- Génération de contenu pour blogs et réseaux sociaux
- Analyse de données pour la prise de décision stratégique
- Ce programme intègre un équilibre entre théorie et pratique, permettant aux participants de comprendre non seulement les concepts de l'IA générative, mais aussi de les appliquer concrètement dans leurs stratégies marketing.