

L'intelligence artificielle au service du marketing

L'IA à chaque étape de la démarche marketing

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Explorer les principes fondamentaux de l'intelligence artificielle.
- Comprendre l'utilité de l'intelligence artificielle dans les différentes étapes de la démarche marketing.
- S'initier aux outils.

POUR QUI

- Chef de projet marketing, responsable marketing, chef de produit, chargé de marketing.

PROGRAMME

Jour 1

1 - Les fondamentaux de l'intelligence artificielle dans le marketing

- Définition de l'IA dans le contexte du marketing.
- Présentation des différentes formes d'IA utilisées dans le marketing.
- Limites et éthique dans le marketing.
- Prompt engineering.

2 - L'IA dans la stratégie marketing

- les enjeux de l'IA dans la démarche marketing.
- Audit et diagnostic : améliorer la collecte et l'interprétation des données.
- identifier des segments de marché pertinents.
- l'IA dans le mix-marketing.

3 - L'IA dans le marketing opérationnel

- SEO accompagné par l'IA.
- SEA : l'IA dans les régies publicitaires digitales.
- Automatisation des tâches marketing.
- Cas d'usage dans le marketing opérationnel.

INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 8

Réf : 4050

- Aucun prérequis

Jour 2

4 - L'IA au service de l'expérience client

- Personnalisation de l'expérience client.
- Recommandations personnalisées.
- Gestion des interactions client : chatbots et les assistants virtuels.
- Analyse des sentiments : introduction aux techniques d'analyse IA.

5 - Tendances futures et implications

- Exploration des tendances émergentes.
- Réflexion sur les implications éthiques et sociales de l'IA dans le marketing.
- Mettre en place son système de veille IAG.