

Formation : Déployer une stratégie de marketing prédictif performante grâce à l'IA

Formation pratique - 2j - 14h00 - Réf. MRP

NEW

À l'ère de l'intelligence artificielle et de la multiplication des données, les entreprises doivent faire évoluer leurs approches marketing pour anticiper les comportements, mieux cibler leurs actions et optimiser leurs performances. Cette formation propose une approche stratégique et opérationnelle, permettant d'intégrer concrètement le marketing prédictif dans ses pratiques, en B2B comme en B2C. À travers des mises en situation et ateliers, les participants apprennent à structurer leur approche data, concevoir des campagnes pertinentes et piloter leur performance dans une logique d'amélioration continue.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Comprendre les principes du marketing prédictif et le rôle de l'IA dans l'anticipation des comportements
- ✓ Identifier et qualifier les données clés à exploiter
- ✓ Structurer une logique de segmentation et de scoring adaptée aux objectifs business
- ✓ Concevoir des campagnes marketing personnalisées basées sur la data
- ✓ Piloter et optimiser la performance marketing dans une logique d'amélioration continue

Public concerné

Responsables marketing, Responsables CRM, Responsables acquisition, Responsables e-commerce, Chefs de projet digital

Prérequis

Connaissances de base en marketing digital

PARTICIPANTS

Responsables marketing,
Responsables CRM, Responsables acquisition, Responsables e-commerce, Chefs de projet digital

PRÉREQUIS

Connaissances de base en marketing digital

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Méthodes et moyens pédagogiques

Veuillez saisir la description pédagogique ici

Méthodes pédagogiques

Réflexion collectives, travaux pratiques
Nombreuses mises en pratiques pour transposer les apports théoriques et métrologiques
Boîte à outils :

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Comprendre les fondamentaux du marketing prédictif et de l'IA

Compétences visées

- Définir le marketing prédictif et ses enjeux stratégiques.
- Identifier les différentes approches entre B2B et B2C.
- Comprendre le rôle de l'IA dans l'anticipation des comportements.
- Positionner le marketing prédictif dans la stratégie globale.

Activités pédagogiques

- Identifier et prioriser des opportunités de marketing prédictif en sélectionnant des cas d'usage à fort impact (acquisition, fidélisation, churn)

Outils et méthodes

- Mapping parcours clients

2 Structurer et fiabiliser sa stratégie data marketing

Compétences visées

- Identifier les sources de données clés.
- Comprendre les enjeux de qualité et de fiabilité.
- Structurer une base exploitable.
- Intégrer les contraintes réglementaires RGPD dans la stratégie Data.

Activités pédagogiques

- Cartographier les données existantes afin d'identifier des axes d'amélioration et définir une vision cible data-driven alignée avec les objectifs marketing

Outils et méthodes

- Bonnes pratiques de gouvernance

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

3 Construire une logique de segmentation et de scoring prédictif

Compétences visées

- Comprendre la logique de segmentation et scoring.
- Identifier les variables clés.
- Structurer une approche d'anticipation.
- Concevoir des campagnes marketing basées sur la data.
- Adapter les messages et parcours (B2B / B2C).

Activités pédagogiques

- Définir les comportements à anticiper, identifier les variables clés et construire une logique de segmentation prédictive adaptée aux objectifs business.

Outils et méthodes

- Logique de scoring
- Méthodes de segmentation
- Approche analytique marketing

4 Piloter, mesurer et optimiser la performance marketing

Compétences visées

- Définir des KPI alignés avec les objectifs stratégiques.
- Mettre en place un pilotage data driven.
- Déployer une démarche test & learn.
- Ajuster les campagnes en continu.

Activités pédagogiques

- Construire un scénario marketing data-driven en sélectionnant les canaux et messages pertinents et en définissant les modalités de pilotage et d'optimisation

Outils et méthodes

- Scénarisation marketing