

# Formation : L'IA au service de votre stratégie marketing et commerciale

## Enjeux et opportunités

Formation pratique - 1j - 7h00 - Réf. IAK

Prix : 1070 CHF H.T.

★★★★☆ 4,5 / 5

L'intelligence artificielle (IA) est de plus en plus utilisée dans les stratégies marketing et commerciales. Elle peut être utilisée pour optimiser le ciblage de vos communications et les offres, prédire les besoins et comportements futurs des clients afin d'améliorer l'efficacité et la rentabilité de vos actions.

## Objectifs pédagogiques

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

- ✓ Comprendre l'intérêt et les enjeux du recours à l'IA dans la stratégie marketing ou commerciale
- ✓ Identifier les intérêts de l'utilisation de l'IA pour optimiser sa stratégie sur le marché
- ✓ Accompagner la mise en œuvre de solutions et d'outils basés sur l'IA pour sa stratégie marketing ou commerciale
- ✓ Maîtriser l'impact de l'IA sur l'organisation des services marketing et commercial

## Public concerné

Cadres dirigeants en charge de la stratégie marketing, chefs d'entreprise, directeurs marketing ou commercial, responsables marketing ou commercial, chefs de produits.

## Prérequis

Aucune connaissance particulière.

## Méthodes et moyens pédagogiques

### Travaux pratiques

Cette formation s'appuie sur des illustrations pratiques via des applications concrètes en entreprise et des retours d'expérience du formateur.

### Méthodes pédagogiques

Alternance d'apports théoriques, d'illustrations concrètes avec des cas d'usage.

## PARTICIPANTS

Cadres dirigeants en charge de la stratégie marketing, chefs d'entreprise, directeurs marketing ou commercial, responsables marketing ou commercial, chefs de produits.

## PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

## 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.

## 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 Le fonctionnement global de l'IA et les données exploitables sur les clients et prospects

- Comprendre le fonctionnement global de l'IA.
- Cerner les impacts stratégiques et opérationnels de l'IA sur l'entreprise.
- Identifier les spécificités et le fonctionnement d'un projet basé sur l'IA.
- Démystifier les algorithmes de machine learning : algorithmes supervisés, non supervisés, réseaux de neurones.
- Identifier les sources de données internes et externes exploitables par l'IA dans le domaine commercial ou marketing.
- Maîtriser les risques liés à la gestion des données sur les clients ou prospects (RGPD, cybersécurité...)
- Exploiter la data avec les outils de l'IA afin d'en extraire des informations utiles.

### 2 Utiliser l'IA pour l'analyse de données et la prise de décision

- Analyser les tendances du marché avec l'IA pour optimiser son positionnement.
- Enrichir son analyse concurrentielle grâce à l'IA.
- Mieux comprendre le comportement des consommateurs et générer des leads grâce à l'IA.
- Prédire plus précisément les besoins et les comportements des clients et prospects.
- Optimiser ses campagnes publicitaires et affiner sa stratégie de contenu avec l'IA.

### 3 Amélioration de la qualité du service client

- Analyser les données de satisfaction client.
- Automatiser certaines tâches de service à la clientèle.
- Personnaliser l'expérience client en s'appuyant sur l'IA.

### 4 Éthique et utilisation de l'IA dans le marketing et la vente

- Prendre en compte les dimension éthique et "green IT" dans les projets IA.
- Faire preuve de vigilance dans les données traitées par l'IA (données privées, confidentielles ou discriminantes...)
- Miser sur la transparence et l'IA explicable (XAI) pour justifier ou expliquer les décisions prises.
- Envisager l'IA comme un outil d'aide à l'évaluation et à la prise de décision sans déresponsabiliser les acteurs.

## Dates et lieux

## CLASSE À DISTANCE

### 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](mailto:psh-accueil@orsys.fr).

2026 : 22 mai, 16 oct., 16 nov.