I.A et stratégies marketing digital

Non-certifiante | Formation continue

Réf. : 26216279F — Mise à jour : 20 juillet 2026

Organisme responsable : **ACTIVMEDIA GLOBAL SYNERGY**

Présentation de la formation

Objectifs

Analyser les apports de l'intelligence artificielle dans le marketing digital afin d'évaluer objectivement les actions actuelles et d'orienter les décisions stratégiques.
Réaliser un état des lieux structuré des principaux leviers d'acquisition digitale : SEO, SEA, réseaux sociaux, emailing, contenus, tunnels de conversion et fidélisation.
Auditer les performances marketing à l'aide de l'IA afin d'identifier les points de friction, les opportunités d'amélioration et les actions prioritaires.
Interpréter les données et indicateurs marketing afin de prioriser les actions selon leur impact, leur faisabilité et les objectifs business.
Optimiser les campagnes et parcours d'acquisition grâce à des recommandations assistées par l'intelligence artificielle.
Analyser les tunnels de vente afin d'identifier les freins à la conversion et les axes d'amélioration.
Construire un plan d'action marketing digital réaliste, mesurable et aligné avec les ressources disponibles.

Programme

Introduction et mise en contexte
Présentation des usages de l'intelligence artificielle dans le marketing digital. Identification des bénéfices, limites et points de vigilance. Compréhension du rôle de l'IA dans l'analyse, la priorisation, l'aide à la décision et l'optimisation des actions marketing.
Comprendre le rôle de l'IA dans l'analyse marketing
Utiliser l'IA pour analyser une situation marketing, résumer des données, structurer un diagnostic, identifier des pistes d'amélioration et formuler des recommandations. Limites des résultats générés et nécessité d'une validation humaine.
Cartographie de la stratégie marketing
Identification des objectifs business, cibles, offres, canaux, messages et parcours clients. Analyse de la cohérence entre la stratégie, les leviers d'acquisition et les ressources disponibles.
Scan IA des leviers d'acquisition
Analyse des principaux leviers : référencement naturel, publicité en ligne, réseaux sociaux, emailing, contenus, pages d'atterrissage, tunnel de vente et fidélisation. Identification des forces, faiblesses, opportunités et points de friction.
Utilisation de l'IA pour analyser forces, faiblesses et opportunités
Structuration d'un audit marketing assisté par IA. Formulation de prompts d'analyse. Croisement entre données disponibles, observations terrain et objectifs de performance. Identification des actions à corriger, renforcer ou tester.
Analyse des tunnels de conversion avec l'IA
Étude des étapes du parcours de conversion : acquisition, engagement, demande de contact, achat ou inscription. Repérage des points de rupture. Analyse des messages, pages, formulaires, appels à l'action et éléments de réassurance.
Priorisation des axes d'amélioration avec l'IA
Classement des actions selon leur impact potentiel, leur faisabilité, leur coût, leur urgence et leur cohérence avec les objectifs. Construction d'une grille de priorisation simple et exploitable.
Optimisation et recommandations assistées par l'IA
Génération et amélioration de recommandations marketing : messages, contenus, pages, campagnes, emails, publications, offres

ou parcours. Adaptation des propositions au contexte, à la cible et au positionnement de l’entreprise.

Construction d’un plan d’action marketing

Formalisation d’un plan d’action opérationnel. Définition des priorités, objectifs, indicateurs, actions à mener, échéances et responsabilités. Mise en cohérence avec les ressources disponibles et les objectifs de développement.

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée	Niveau de sortie
Sans niveau spécifique	**Sans niveau spécifique**

Métiers associés

E1101 — Animation de site multimédia

M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2348969S	Présentiel	Guipavas	15/07/2026	15/07/2027
2348971S	Présentiel	Vannes	15/07/2026	15/07/2027
2348972S	Présentiel	Saint-Malo	15/07/2026	15/07/2027

Source : GREF Bretagne #26216279F