

Automatiser sa veille marketing avec l'IA

Dans un environnement marketing en mutation permanente, la capacité à capter les signaux du marché, analyser les tendances et transformer l'information en décisions rapides constitue un avantage concurrentiel majeur.

L'intelligence artificielle permet aujourd'hui d'automatiser les étapes clés de la veille : collecte, tri, analyse, synthèse et diffusion. Cette formation propose une méthode structurée pour concevoir un système de veille marketing automatisé, exploiter efficacement les données et intégrer l'IA dans son processus d'aide à la décision.

Approche opérationnelle, structurée et directement applicable.

Durée : 10.00 heures

Profils des stagiaires

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Chef.fe de projet digital
- Responsable e-commerce
- Responsable innovation
- Toute personne impliquée dans la veille stratégique marketing

Prérequis

- Connaissances de base en marketing.
- Les pré-requis sont validés lors d'un échange avec le commanditaire du projet de formation et retranscrits dans le document de recueil des besoins. Il s'agit d'un document collaboratif partagé systématiquement avec le commanditaire à l'issue du premier entretien pour co-construire l'action de formation. Par ailleurs, nous adressons à chaque apprenant, 2 semaines avant le début de la formation, un questionnaire de préparation de la formation pour adapter au mieux la formation à ses besoins.

Objectifs pédagogiques

- Structurer une démarche de veille marketing augmentée par l'IA
- Créer des assistants IA dédiés à la veille
- Exploiter et interpréter des données marketing avec l'IA
- Synthétiser et analyser des documents stratégiques
- Mettre en place un système de veille automatisé
- Transformer la veille en recommandations opérationnelles

Contenu de la formation

- Structurer sa veille marketing
 - Identifier les objectifs stratégiques de veille

- Distinguer les différents types de veille marketing
- Cartographier son processus actuel (collecte, tri, diffusion, archivage)
- Formaliser un cadre méthodologique de veille
- Concevoir un assistant digital dédié à la veille
 - Définir le rôle et le périmètre de son assistant
 - Structurer les instructions et paramètres
 - Organiser les sources à analyser
 - Tester et affiner les requêtes
 - Mettre en place un protocole d'utilisation
- Analyser son marché avec l'IA
 - Réaliser un diagnostic externe (tendances, concurrence, environnement)
 - Réaliser un diagnostic interne (positionnement, forces/faiblesses)
 - Identifier les opportunités et signaux faibles
 - Structurer une synthèse stratégique exploitable
 - Transformer l'analyse en recommandations marketing
- Exploiter et analyser les données marketing
 - Structurer et nettoyer des données
 - Analyser des indicateurs marketing en langage naturel
 - Visualiser et interpréter les résultats
 - Synthétiser des articles, études et rapports
 - Transformer des contenus complexes en formats synthétiques (audio, vidéo, carte mentale, infographie...)
- Automatiser son processus de veille
 - Identifier les étapes automatisables (collecte, tri, distribution, archivage)
 - Concevoir un scénario simple d'automatisation
 - Structurer un workflow de veille marketing digitalisé
 - Organiser la diffusion interne de l'information

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Manager de transition digitale et formatrice, Céline accompagne les TPE, PME et grands groupes dans la structuration de leur stratégie marketing et digitale. Spécialisée dans l'intégration de l'intelligence artificielle au service de la performance marketing, elle utilise au quotidien des assistants IA, des outils d'analyse de données et des solutions de veille automatisée pour aider les entreprises à anticiper les évolutions de leur marché. Ses formations sont ancrées dans des situations réelles et directement applicables au contexte professionnel des participants.

Moyens pédagogiques et techniques

- Supports pédagogiques commentés et partagés à distance
- Apports méthodologiques structurés
- Cas pratiques
- Etudes de cas concrets
- Quiz
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- Pour les formations en présentiel, des salles de formation agréables, lumineuses, spacieuses, modernes, équipées de connexion très haut débit, de grands écrans, et à proximité immédiate des transports.
- Pré-requis matériels : disposer d'un ordinateur. En cas de formation à distance, disposer également d'une connexion internet.
- Une semaine avant le début de la formation, nous donnons, à chaque participant, un accès sécurisé à notre plate-forme de formation en ligne (LMS : Learning Management System). L'apprenant accède via son extranet au livret d'accueil, au tuto de l'espace apprenant et au règlement intérieur.

BlueMarketing Academy

BlueMarketing Academy est une marque de BlueMarketing

contact@bluemarketing.academy

www.bluemarketing.academy



Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence signées en ligne depuis l'extranet de formation
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation transmis à la fin de la formation
- 10 jours avant l'entrée en formation : Nous transmettons à chaque stagiaire un questionnaire de préparation de la formation permettant d'adapter au mieux la formation à ses besoins.
- Pendant la formation : Le contrôle de connaissances et des acquis se font de façon continue via des quiz en ligne avec notation instantanée et des cas pratiques à réaliser. En fin de formation, les stagiaires restituent leurs travaux avec feedback du formateur.
- A l'issue de la formation : Nous adressons aux stagiaires un questionnaire de satisfaction à chaud et d'auto-diagnostic. Nous mesurons ainsi leur satisfaction et constatons directement l'évolution des compétences en comparaison avec les données recueillies avant la formation. Nous adressons un questionnaire d'évaluation au formateur.
- 15 jours après la fin de la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation au financeur (OPCO).
- Un mois après la formation : Nous adressons un questionnaire d'évaluation aux différentes parties prenantes : commanditaire /manager.
- 3 mois après la formation : Nous transmettons au stagiaire un questionnaire d'évaluation à froid pour évaluer l'impact de la formation dans son activité professionnelle.

Tarif de la formation

2000.00 €HT

TVA non applicable, art. 261-4-4 du CGI