



Intelligence Artificielle pour les services Marketing

Durée de la formation :
3 jours (21h)

- Horaires de formation**
08h45 - 12h30 / 13h45 - 17h00
- Pré-requis**
Maîtriser la communication d'entreprise et les outils numériques associés.
- Public visé**
Services Marketing et service communication.
- Objectifs et compétences visées**
 - Comprendre et Identifier le potentiel de l'intelligence artificielle et de l'utilisation des données massives pour son organisation afin de détecter les opportunités économiques offertes par l'usage de l'IA
 - Analyser l'impact de l'usage de l'IA sur l'organisation en comprenant et anticipant les transformations en ressources humaines et matérielles . S'initier aux outils adaptés à chaque process du métier.
- Organisation**
Formation animée en présentiel. Groupe de 3 à 8 personnes. Emargement signée par ½ journée par les stagiaires et le formateur. A l'issue du stage les apprenants renseignent un questionnaire d'évaluation à chaud qui est ensuite analysé par nos équipes.
- Le formateur**
La prestation est animée par un consultant formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par Atout Majeur.
- Moyens techniques et pédagogiques**
Alternance entre théorie et pratique. Mise à disposition d'une salle équipée.
- Validation des acquis et attestation**
Les exercices réalisés permettent de mesurer le degré de compréhension et d'acquisition des compétences visées. Une attestation de formation comportant les résultats de l'évaluation des acquis est délivrée en fin de formation.

Module 1: Comprendre le potentiel de l'IA pour votre organisation

L'Intelligence Artificielle dans le contexte d'un écosystème digital : évolutions et pratiques

Comprendre la boîte noire de l'IA : machine learning, deep learning et réseaux de neurones

Cas d'usages en entreprise : bénéfiques et enjeux

Comprendre et Identifier le potentiel de l'intelligence artificielle et de l'utilisation des données massives pour son organisation afin de détecter les opportunités économiques offertes par l'usage de l'IA

Analyser l'impact de l'usage de l'IA sur l'organisation en comprenant et anticipant les transformations en ressources humaines et matérielles en vue de réussir sa mise en œuvre et assurer la pérennité des solutions envisagées

Module 2: Les applications dans le marketing et la communication

Utilisation de l'intelligence artificielle pour la communication interne et externe de l'entreprise

Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour la stratégie de webmarketing (création de stratégies, recherche de marchés de niche, détermination d'un positionnement marketing, identification d'audiences cibles, suivi de chiffres clés, détermination de leviers de visibilité et de développement, analyse des éléments concurrentiels)

Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour la création de contenu éditorial (développement de trames éditoriales, création de templates marketing de pages, traduction de contenus éditoriaux, enrichissement de contenus éditoriaux, correction d'erreurs orthographiques, réorientation de tonalités éditoriales, authentification d'un contenu textuel généré par l'Intelligence Artificielle et édition de bandes sonores)

Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour le référencement naturel SEO (production de contenus textuels, optimisation de contenus rédactionnels, génération de balises title et meta-description, création d'un planning éditorial)

Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour les relations médias et la presse (édition de communiqués de presse, définition de stratégies de relations publiques, personnalisation de communiqués de presse, détection de sources presse et médias partenaires)

Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour l'e-réputation et la veille Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour les réseaux sociaux (génération de publications sociales, création de scénarios sociaux, élaboration d'un planning de publications sociales)

Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour l'animation du webmarketing (création d'annonces marketing, organisation de jeux concours et d'animations)

Exploitation de l'Intelligence Artificielle pour améliorer l'expérience utilisateur sur un support de communication multimédia (site internet, application ou support web)

Module 3 sur l'Utilisation de l'Intelligence Artificielle pour le Développement Web

Création d'extensions avec l'Intelligence Artificielle Création de robots avec l'Intelligence Artificielle

Création de chatbots avec l'Intelligence Artificielle

Astuces pour l'utilisation de l'Intelligence Artificielle

ATELIERS

Mise en pratique sur quelques exemples opérationnel avec différentes solutions

Tester Chat GPT et ses concurrents

Tester une solution de traitement de données

Tester une solution de travail, des images et vidéos.

Ces ateliers de pratique vous permettront de comprendre les impacts potentiels sur vos organisations et sur l'évolution des compétences nécessaires.

Module 4 : Éthique de l'Intelligence Artificielle et des données

Identifier les considérations humaines et éthiques de l'utilisation de l'IA et des données en prenant en considération le cadre réglementaire et les questions de biais et de robustesse des algorithmes afin de contribuer à la mise en place d'innovations technologiques de confiance et de responsabilité. Une IA de la confiance et de la responsabilité

Cadre réglementaire et éthique de l'utilisation de l'IA et des données en entreprise

Pour vous inscrire

04.78.14.19.19

contact@atoutmajeur-ra.com / www.atoutmajeurlyon.com

(Mise à jour : 10-2023)
