Expertise Performance Solutions Compétences

ASCENCIEL
Développement des compétences, formation, conseil

L'IA GENERATIVE AU SERVICE DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

Produire, décliner et créer plus vite — sans perdre la voix de votre marque

Durée – 1 à 2 journées (7 h/jour) | **Public –** professionnels du marketing, de la communication, du digital et du community management | **Prérequis –** aucun prérequis technique ; socle IA générative recommandé

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- **Identifier les usages de l'IA générative à forte valeur pour le marketing et la communication.**
- **Produire et décliner des contenus éditoriaux, sociaux et e-mailing plus vite et sur mesure.**
- **Générer et adapter des visuels et des supports de communication.**
- **Exploiter l'IA pour l'idéation, la veille et l'analyse des retours.**
- **Choisir les outils d'IA adaptés à chaque usage et les intégrer à son quotidien.**

Contenu pédagogique — le parcours en 1 à 2 journées

Parcours modulable. La Journée 1 constitue le socle production et déclinaison de contenus ; la Journée 2 approfondit la création visuelle, l'analyse et le pilotage. Chaque participant travaille sur ses propres cas ; un projet fil rouge se construit d'une journée à l'autre.

JOUR 1 Produire et décliner des contenus

Finalité — cadrer les apports de l'IA pour le marketing-communication et produire plus vite des contenus sur mesure, sans perdre la voix de la marque.

Objectifs de la journée — à l'issue, le participant sait :

- Situer les usages marketing / communication de l'IA et repérer les tâches à fort effet de levier ;
- Décliner un message clé sur plusieurs canaux (post, newsletter, page web, script) et produire des variantes à tester (A/B) ;
- Adapter le ton par cible et par canal, traduire, localiser, résumer et réécrire des contenus ;
- Créer (campagnes, angles, personas, calendrier éditorial) et structurer un contenu pour le référencement (SEO).

Contenu — *cadrer les apports de l'IA · rédaction & déclinaison éditoriale · idéation & stratégie de contenu · SEO & visibilité.*

JOUR 2 Créer, analyser, piloter (approfondissement)

Finalité — étendre l'usage à la création visuelle, à l'analyse des performances et au community management, dans le respect de la marque et des droits.

Objectifs de la journée — à l'issue, le participant sait :

- Générer et adapter visuels, moodboards, présentations, infographies et scripts vidéo, dans le respect de la marque ;
- Exploiter verbatims, avis et enquêtes (NPS) et synthétiser les performances d'une campagne ;
- Rédiger des briefs agence et des cahiers des charges ;
- Animer le community management (calendrier social, réponses) et les relations presse (communiqués, éléments de langage, veille).

Contenu — *création visuelle & supports · analyse & pilotage · community management & relations presse · outils utiles à la fonction.*

Les outils les plus utiles à la fonction

- **Assistant conversationnel :** ChatGPT, Claude, Gemini, Microsoft Copilot (rédaction, idéation, déclinaison).
- **Génération de visuels :** Midjourney, DALL·E, Adobe Firefly, Ideogram.
- **Génération de supports :** Canva Magic Studio, Gamma, Napkin.
- **SEO et contenu :** Surfer, Jasper, Writesonic.
- **Vidéo, voix & réseaux :** Synthesia, HeyGen, ElevenLabs, Descript, Buffer, Perplexity.

Cadre d'usage : marque, exactitude et droits

La communication engage l'image de l'entreprise : le cadre d'usage fait partie intégrante du parcours.

- Respect de la voix de marque et vérification des faits avant publication.
- Confidentialité des données clients (RGPD) et droits sur les visuels générés.
- Transformer ses meilleures consignes en gabarits réutilisables (boîte à outils d'équipe).

Chacun repart avec

- ✓ Une bibliothèque de gabarits et de contenus réutilisables : posts, newsletters, accroches, personas, calendriers.
- ✓ Des cas réels de son poste traités de bout en bout.
- ✓ Une grille de contrôle (voix de marque, exactitude, droits) avant publication.
- ✓ Un plan d'usage concret pour les semaines suivantes.

Démarche et méthodes pédagogiques

- Démarche active, centrée sur l'apprenant qui « agit » sur ses propres cas marketing.
- Participative : questionnement des participants et partage de pratiques.
- Alternance de brefs exposés, de démonstrations commentées et d'ateliers individuels sur poste, sur des tâches réelles de la fonction.

Moyens pédagogiques

- Un poste par participant avec accès à un assistant d'IA générative autorisé par l'employeur, et une connexion internet.
- Brefs exposés, démonstrations en direct, ateliers sur cas réels, mises en situation, création de gabarits et d'outils contextualisés.

Modalités d'évaluation

- Évaluation formative en cours de module
- Évaluation des acquis.
- Évaluation de la satisfaction à chaud.
- Évaluation à froid sous quatre mois.

Sanction de la formation

Certificat de réalisation