MARKETING - MARKETING DIGITAL

# Marketing et IA : exploiter les données clients, segmenter et activer les campagnes

Les directions marketing disposent de volumes de données clients sans parvenir à en faire des actions. Les informations sont réparties entre l'outil de relation client, le site et les plateformes publicitaires. Les segments sont figés depuis des années et les modèles prédictifs restent des maquettes que personne n'active dans une campagne réelle. Cette journée s'adresse à des praticiens : structuration d'un socle de données exploitable, segmentation assistée par apprentissage automatique, scores d'appétence et de risque d'attrition, personnalisation des messages et mesure de l'apport réel des modèles. Les travaux portent sur des jeux de données marketing.

| DURÉE | MODALITÉ | TARIF | DÉLAI D'ACCÈS |
|---|---|---|---|
| **1 jour — 7 h** | **Présentiel ou à distance** | **À partir de 980 € HT** | **11 jours ouvrés après validation du financement.** |

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

## 01 Public visé et prérequis

**PUBLIC VISÉ**
Responsables marketing responsables de la relation client chargés d'études analystes de données marketing et responsables de campagnes.

**PRÉREQUIS**
Piloter des campagnes ou des analyses marketing et être à l'aise avec la manipulation de données clients.

**POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE**
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

## 02 Objectifs pédagogiques

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

- Structurer un socle de données clients exploitable pour l'activation
- Construire des segments à partir de méthodes d'apprentissage non supervisé
- Produire des scores d'appétence et de risque d'attrition interprétables
- Déclencher des campagnes personnalisées à partir des scores obtenus
- Mesurer l'apport réel d'un modèle par comparaison avec un groupe témoin
- Encadrer l'usage des données clients et le recours aux outils génératifs

## 03 Programme détaillé

### M1 Le socle de données clients

- Rassembler avant de modéliser
- Sources internes et externes et niveau de qualité
- Réconciliation des identifiants et vision client unique
- Variables utiles pour la segmentation et pour le score
- Cadre d'usage des données personnelles et consentements
- Atelier : Inventaire des données clients disponibles et repérage des manques bloquants.

### M2 Segmentation et scores

- Faire parler la base
- Segmentation automatique et lecture métier des groupes obtenus
- Score d'appétence produit et priorisation des contacts
- Score de risque d'attrition et signaux précurseurs
- Interprétation des résultats et limites des modèles
- Cas pratique : Construction de segments sur un jeu de données clients puis traduction en cibles marketing.

### M3 L'activation et la mesure

- Du score à la campagne
- Traduction des scores en scénarios de campagne
- Personnalisation des messages et usage des outils génératifs
- Orchestration entre canaux et maîtrise de la pression commerciale
- Groupe témoin mesure de l'apport et arbitrage
- Mise en situation : Conception d'une campagne pilotée par un score avec son protocole de mesure.

## 04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

**MODALITÉS PÉDAGOGIQUES**
Présentiel ou à distance

**LIEU / FORMAT**
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

**MÉTHODES MOBILISÉES**
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

**ENCADREMENT**
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

## 05 Modalités d'évaluation et de suivi

**ÉVALUATION DES ACQUIS**
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

**SUIVI DE L'EXÉCUTION**
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

**SANCTION DE LA FORMATION**
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

## 06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

## 07 Modalités d'accès, financement et tarifs

**MODALITÉS D'INSCRIPTION**
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

**DÉLAI D'ACCÈS**
11 jours ouvrés après validation du financement.

**FINANCEMENTS POSSIBLES**
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

**DATES / SESSIONS**
Entrées permanentes

| FORMULE | DÉTAIL | TARIF |
|---|---|---|
| Inter-entreprises | -10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session. | **À partir de 980 € HT** |

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

## 08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

**RÉFÉRENT HANDICAP**
Tiffany LESTROUBAC

**CONTACT**
contact@monpoleformation.fr

## 09 Indicateurs de résultats

| INDICATEUR | RÉSULTAT | MODALITÉS DE CALCUL |
|---|---|---|
| Taux de satisfaction | **N/A** | Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois |
| Taux d'abandon | **N/A** | Calculé sur les 12 derniers mois |

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

## 10 Contacts

**INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS**
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

**ADRESSE**
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

**RÉCLAMATIONS**
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr