

Intelligence artificielle pour la communication digitale

Utiliser l'intelligence artificielle pour concevoir, créer et diffuser les textes, visuels et vidéos de votre entreprise, puis mesurer leurs résultats.

DURÉE 51 h (35 h en présentiel, 16 h en e-learning)	MODALITÉS Présentiel (5 jours de 7 h) • Classe virtuelle possible à la place du présentiel • E-learning asynchrone (8 modules)
PUBLIC Dirigeants, communicants, indépendants, chargés de marketing.	PRÉREQUIS Bases du digital : navigation sur le web, bureautique. Un ordinateur et une connexion internet.
TARIF 2 500 € — 2 500 € net de taxes par stagiaire (montant de la convention signée pour la version de 51 h).	DÉLAI D'ACCÈS 15 jours après l'accord du financeur. Sans financement : 15 jours après la signature de la convention.
LIEU MoHo, 16 bis quai Amiral Hamelin, 14000 Caen, ou dans les locaux de l'entreprise si la convention le prévoit, ou à distance (Google Meet). E-learning : plateforme de l'organisme partenaire (Qweed) pour les formations financées.	FORMATEURS Daniel FERRAS
FINANCEMENT Prise en charge possible par l'OPCO de votre entreprise (salariés) ou par l'AGEFICE (dirigeants non salariés). Pour une formation financée, la convention est conclue avec Axelerance (Caen), organisme de formation partenaire, qui monte le dossier de financement ; EP Digital X anime la formation en sous-traitance. La prise en charge dépend des critères et de l'accord du financeur : elle n'est pas garantie et un reste à charge est possible. Formation non éligible au CPF.	
CONTACT EP Digital X • contact@epdigital.fr • 09 80 80 34 29 • pédagogie : Daniel Ferras, daniel@epdigital.fr	

Objectifs et évaluation

1. Définir une stratégie de communication digitale et des objectifs mesurables (méthode SMART) pour son entreprise.

Évaluation : Quiz du module e-learning 1 ; atelier du jour 1 : cartographie stratégique de sa communication.

Seuil de réussite : Quiz : 70 % de bonnes réponses. Cartographie remise complète et validée par le formateur.

2. Rédiger avec l'IA des contenus web, des publications pour les réseaux sociaux et des scripts vidéo adaptés à sa cible.

Évaluation : Quiz des modules 2 et 6 ; atelier du jour 2 : kit de contenus textuels produit avec l'IA.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Kit remis complet et validé par le formateur.

3. Créer avec des outils d'IA des visuels et une vidéo courte cohérents avec l'identité de sa marque.

Évaluation : Quiz du module 7 ; atelier du jour 3 : campagne visuelle (image et vidéo).

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Visuels et vidéo remis et validés par le formateur.

4. Paramétrer une campagne publicitaire test (Meta, Google ou LinkedIn) en respectant le RGPD.

Évaluation : Quiz du module 4 ; atelier du jour 4 : campagne créée en brouillon, non diffusée.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Campagne en brouillon complète (ciblage, budget, visuels) et validée par le formateur.

5. Contrôler la maintenance, la conformité et l'affichage mobile de son site.

Évaluation : Quiz des modules 3, 4 et 5 ; rapport de maintenance et audit mobile de son site.

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Rapport et audit remis et validés par le formateur.

6. Analyser ses indicateurs (Google Analytics 4, KPI) et construire un plan d'optimisation trimestriel.

Évaluation : Quiz du module 8 ; jour 5 : présentation orale de son plan d'action (mini soutenance).

Seuil de réussite : Quiz : 70 %. Plan présenté et validé par le formateur.

7. Ensemble des objectifs de la formation.

Évaluation : Quiz final portant sur l'ensemble du programme.

Seuil de réussite : 70 % de bonnes réponses.

Programme détaillé

Phase 1 – E-learning (16 h)

Acquérir les bases de la communication digitale et de l'intelligence artificielle. À distance, en autonomie. Chaque module comprend des vidéos, des démonstrations, des cas pratiques et un quiz final.

- 1. Définir sa stratégie digitale et ses objectifs (3 h)** : rôle du site et des canaux digitaux, besoins des cibles, objectifs SMART, plan de communication.
- 2. Rédiger pour le web et le référencement (2 h)** : bases du SEO, structure d'un contenu pour Google et pour le lecteur, textes clairs et optimisés, reformulation avec l'IA.
- 3. Gérer la maintenance et la performance de son site (1 h)** : mises à jour WordPress, sécurité, rapidité, effet sur la visibilité.
- 4. Mettre son site en conformité et suivre ses performances (3 h)** : obligations RGPD (cookies, mentions légales, formulaires), gestionnaire de consentement, paramétrage de Google Analytics 4, premiers indicateurs.
- 5. Optimiser l'expérience sur mobile (2 h)** : tester la compatibilité mobile, repérer les obstacles à l'accessibilité, adapter les contenus.
- 6. Rédiger avec l'intelligence artificielle (2 h)** : fonctionnement de ChatGPT, notion de prompt, textes optimisés, publications pour les réseaux sociaux, scripts vidéo.

-
7. **Créer des visuels et des vidéos avec l'IA (2 h)** : Canva IA, Midjourney, Runway ; images cohérentes avec la marque ; vidéos courtes (Reels, Shorts, Stories).
 8. **Mesurer et améliorer ses actions digitales (1 h)** : principaux indicateurs, mini tableau de bord (Looker Studio ou Canva), actions correctives.

Phase 2 – Pratique en présentiel ou en classe virtuelle (35 h, 5 jours de 7 h)

Créer, automatiser et piloter sa communication avec l'intelligence artificielle. Chaque journée combine apports, démonstrations en direct et ateliers sur votre entreprise.

Jour 1 – Construire une stratégie de communication avec l'IA

- Comment l'IA transforme la communication digitale ; opportunités et limites des outils (ChatGPT, Perplexity, Canva...).
- Définir objectifs et cibles avec des outils d'analyse et de segmentation.
- Élaborer un plan de communication multicanal.
- Atelier : cartographie stratégique de sa communication.

Jour 2 – Créer des contenus textuels et conversationnels avec l'IA

- Techniques avancées de rédaction avec ChatGPT.
- Contenus adaptés à chaque canal : articles, publications, fiches produits, newsletters.
- Adapter la reformulation et le ton à la cible ; scripts pour vidéos ou spots.
- Atelier : kit de contenus textuels complet.

Jour 3 – Créer des visuels et des vidéos publicitaires avec l'IA

- Visuels professionnels avec Canva IA et Midjourney ; cohérence entre textes et images.
- Vidéo publicitaire courte avec Runway ou Canva Vidéo ; bonnes pratiques des formats courts.
- Atelier : campagne visuelle complète (image et vidéo).

Jour 4 – Diffuser et paramétrer ses campagnes

- Bases de Meta Ads, Google Ads et LinkedIn Ads.
- Campagne test : paramétrage, budget, ciblage, test A/B ; audiences similaires et pixels de suivi.
- Conformité RGPD et cohérence de marque.
- Atelier : campagne publicitaire en brouillon (non diffusée).

Jour 5 – Analyser, améliorer et piloter sa communication

- Lire ses performances dans GA4, Meta Business Suite et Looker Studio.
- Analyser ses KPI : clics, coût d'acquisition, engagement, conversion.
- Utiliser l'IA pour interpréter ses données et formuler des recommandations.
- Atelier final : présentation de son plan stratégique et de son plan d'optimisation trimestriel.

Livrables

Plan stratégique, audit SEO, rapport de maintenance, audit mobile, kit de textes, pack de visuels, vidéo promotionnelle, campagne test en brouillon, tableau de KPI.

Méthodes et moyens pédagogiques

Apports courts, démonstrations en direct et ateliers pratiques sur le cas réel de votre entreprise. En e-learning : vidéos, démonstrations, cas pratiques et quiz corrigés automatiquement.

Salle équipée au MoHo ou classe virtuelle Google Meet ; plateforme e-learning accessible 24 h/24 sur ordinateur, tablette et smartphone ; supports PDF téléchargeables. Prévoir un ordinateur et l'accès à vos outils (site, réseaux sociaux).

Modalités d'évaluation

Avant : test de positionnement (celui de l'organisme partenaire quand la formation est financée). Pendant : quiz à la fin de chaque module, livrables d'atelier. À la fin : quiz final et mini soutenance du plan d'action. Satisfaction : questionnaire à chaud le dernier jour, questionnaire à froid 2 à 3 mois après. Une attestation de fin de formation est remise à chaque stagiaire. En dessous du seuil, le stagiaire reprend le module concerné avec le formateur puis repasse le quiz.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Supports PDF agrandissables, vidéos sous-titrées, rythme et modalités adaptables. Contactez la référente handicap avant l'inscription : Géraldine Smolorz, contact@epdigital.fr, 09 80 80 34 29. L'échange est confidentiel, aucun justificatif médical n'est demandé.

Référente handicap : Géraldine Smolorz • contact@epdigital.fr • 09 80 80 34 29

EP Digital X — déclaration d'activité enregistrée sous le n° 28 14 03964 14 auprès du préfet de région Normandie. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État. Fiche consultable en ligne : formation.epdigital.fr/formations/ia-communication-digitale