

Marketing Prédictif et Lead Scoring par IA — Anticiper les Comportements d'Achat

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-predictif-et-lead-scoring-par-ia-anticiper-les-comportements-dachat

DURÉE
8 jours (56h)

RÉFÉRENCE
IEEI57

CATÉGORIE
IA pour Marketing et Acquisition

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les fondamentaux du marketing prédictif et de l’intelligence artificielle appliquée au marketing.
- Identifier les données nécessaires à la prédiction des comportements d’achat.
- Construire une segmentation client intelligente et dynamique.
- Maîtriser les principes et méthodes du Lead Scoring prédictif.
- Savoir construire des modèles de prédiction de conversion et d’achat.
- Identifier et anticiper les risques de churn afin d’améliorer la fidélisation.
- Exploiter les systèmes de recommandation et le concept de Next Best Action.
- Intégrer les scores prédictifs dans les CRM et dispositifs de marketing automation.
- Mesurer la performance des modèles et leur contribution aux résultats commerciaux.
- Exploiter l’IA générative pour renforcer la personnalisation des campagnes marketing.
- Maîtriser les enjeux de gouvernance, d’éthique et de protection des données clients.
- Être capable de concevoir et piloter un dispositif complet de marketing prédictif et de Lead Scoring par IA.

Maroc Performance

POUR QUI ?

- Directeurs marketing, Chief Marketing Officers et responsables stratégie marketing.
- Responsables CRM, Customer Experience et fidélisation.
- Data Scientists, Data Analysts et Machine Learning Engineers.
- Marketing Data Analysts et spécialistes du Marketing Analytics.
- Responsables acquisition, Lead Generation et performance marketing.
- Responsables marketing digital, e-commerce et transformation digitale.
- Responsables commerciaux, Sales Operations et Business Development.
- Product Managers et responsables de la connaissance client.
- Responsables Data, CRM et marketing automation.
- Responsables conformité, juridique et protection des données intervenant dans les projets IA marketing.
- Consultants en stratégie, marketing, Data Analytics et transformation digitale.
- Dirigeants et managers souhaitant intégrer l’IA prédictive dans leur stratégie commerciale et marketing.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DU MARKETING PRÉDICTIF ET DE L'IA

- Comprendre les principes du marketing prédictif et les apports de l'intelligence artificielle à la connaissance client.
- Identifier les principaux cas d'usage : prédiction d'achat, recommandation, churn, conversion et next best action.
- Distinguer analyse descriptive, diagnostique, prédictive et prescriptive dans les stratégies marketing.

2 / DATA CLIENT ET CONSTRUCTION DU SOCLE ANALYTIQUE

- Identifier et consolider les données issues des CRM, ERP, plateformes digitales, campagnes et historiques transactionnels.
- Préparer, nettoyer et enrichir les données nécessaires à l'analyse des comportements d'achat.
- Garantir la qualité, la cohérence, la fraîcheur et la traçabilité des données utilisées par les modèles.

3 / SEGMENTATION INTELLIGENTE ET CUSTOMER PROFILING

- Construire des segments clients à partir des comportements, préférences, valeur et potentiel commercial.
- Exploiter le Machine Learning pour identifier automatiquement des groupes de clients présentant des comportements similaires.
- Développer des profils dynamiques permettant d'adapter les campagnes aux évolutions des comportements.

4 / LEAD SCORING PAR INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

- Comprendre les principes du scoring et les différences entre scoring fondé sur des règles et scoring prédictif.
- Construire un Lead Scoring intégrant données démographiques, comportementales, transactionnelles et digitales.

Maroc Performance

- Classer les prospects selon leur probabilité de conversion afin de prioriser les actions commerciales.

5 / MODÉLISATION PRÉDICTIVE DU COMPORTEMENT D'ACHAT

- Construire des modèles permettant d'estimer la probabilité d'achat, de réachat ou de conversion.
- Exploiter la régression, les arbres de décision, Random Forest, Gradient Boosting et autres algorithmes adaptés.
- Sélectionner les variables prédictives pertinentes et optimiser la performance des modèles.

6 / PRÉDICTION DU CHURN ET DE LA FIDÉLISATION

- Identifier les signaux annonciateurs du départ ou de la baisse d'engagement d'un client.
- Construire des modèles de prédiction du churn et déterminer les facteurs influençant la rétention.
- Définir des stratégies de rétention personnalisées à partir des scores de risque de départ.

7 / NEXT BEST ACTION ET RECOMMANDATION PERSONNALISÉE

- Déterminer l'offre, le produit, le canal ou l'action commerciale présentant la meilleure probabilité de succès.
- Exploiter les systèmes de recommandation pour personnaliser les interactions avec chaque segment ou client.
- Intégrer l'IA dans les parcours omnicanaux afin d'améliorer la pertinence et le timing des sollicitations.

8 / AUTOMATISATION DES CAMPAGNES ET ACTIVATION DES SCORES

- Connecter les scores prédictifs aux CRM, outils marketing automation et plateformes de communication.
- Déclencher automatiquement des campagnes selon les probabilités d'achat, niveaux d'engagement et événements comportementaux.
- Mettre en place des workflows permettant de transformer les prédictions en actions commerciales mesurables.

9 / MESURE DE PERFORMANCE ET OPTIMISATION DES MODÈLES

- Évaluer les modèles avec des indicateurs tels que Precision, Recall, F1-Score, AUC-ROC, Lift et Gain.

Maroc Performance

- Mesurer l’impact du scoring sur le taux de conversion, le coût d’acquisition, la valeur client et le chiffre d’affaires.
- Réentraîner et recalibrer les modèles afin de maintenir leur performance face à l’évolution des comportements.

10 / IA GÉNÉRATIVE ET PERSONNALISATION MARKETING

- Utiliser l’IA générative pour produire des contenus marketing adaptés aux profils et intentions des prospects.
- Combiner les scores prédictifs avec la génération de messages, offres et recommandations personnalisés.
- Encadrer l’utilisation de l’IA générative afin de préserver la cohérence de marque, la qualité et la pertinence des communications.

11 / GOUVERNANCE, ÉTHIQUE ET PROTECTION DES DONNÉES CLIENT

- Identifier les risques liés aux biais algorithmiques, à la discrimination et aux décisions automatisées en marketing.
- Encadrer l’utilisation des données personnelles conformément aux principes de confidentialité, transparence et minimisation des données.
- Mettre en place une gouvernance assurant explicabilité, contrôle humain, sécurité et traçabilité des modèles prédictifs.

12 / INDUSTRIALISATION ET PILOTAGE DU MARKETING PRÉDICTIF

- Concevoir une architecture complète reliant Data, IA, CRM, marketing automation et équipes commerciales.
- Mettre en place un processus de déploiement, monitoring, contrôle de dérive et amélioration continue des modèles.
- Construire un dispositif de pilotage permettant d’industrialiser le marketing prédictif et d’améliorer durablement la performance commerciale.

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

18 au 27 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
15 au 24 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
10 au 19 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
05 au 14 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
30 Août au 08 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés