

Experimentation marketing à haute vélocité : concevoir et analyser 50+ tests AB par mois

Lien : https://maroc-performance.com/formation/experimentation-marketing-a-haute-velocite-concevoir-et-analyser-50-tests-ab-par-mois

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
MAR91

CATÉGORIE
Web Analytics et Tracking

Maroc Performance

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les principes fondamentaux de l’Experimentation Marketing et de l’A/B Testing à haute vélocité.
- Identifier et prioriser les opportunités d’expérimentation à fort potentiel business.
- Formuler des hypothèses marketing précises, testables et mesurables.
- Concevoir des protocoles A/B robustes et adaptés aux différents parcours clients.
- Industrialiser la conception, le lancement et le suivi de plusieurs dizaines de tests simultanément.
- Maîtriser les méthodes statistiques nécessaires à l’analyse et à l’interprétation des résultats.
- Détecter les biais, faux positifs et erreurs méthodologiques pouvant fausser les conclusions.
- Exploiter les résultats des expérimentations pour améliorer les conversions, revenus et performances marketing.
- Mettre en place un système de pilotage permettant d’atteindre une cadence de 50+ tests A/B par mois.
- Construire un programme d’expérimentation durable, gouverné par la Data et orienté vers la croissance.

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables Growth.
- Responsables Conversion Rate Optimization (CRO) et Experimentation.
- Responsables Acquisition, Performance Marketing et Digital Marketing.
- Product Managers, Product Owners et responsables Digital Product.
- Responsables UX/UI, Customer Experience et parcours clients.
- Data Analysts, Marketing Analysts et spécialistes Marketing Analytics.
- Responsables CRM, E-commerce et stratégie omnicanale.
- Growth Hackers, Growth Managers et responsables Performance.
- Data Scientists et professionnels de la Data appliquée au marketing.
- Consultants en stratégie digitale, Growth, CRO et Marketing Analytics.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux de l’Experimentation Marketing à haute vélocité

- Comprendre les principes de l’expérimentation systématique et de l’optimisation continue de la performance marketing.
- Identifier les leviers marketing pouvant être soumis à des tests A/B et multivariés.
- Construire une culture d’expérimentation permettant d’augmenter rapidement le nombre de tests réalisés.

2 / Stratégie et Priorisation du portefeuille de tests

- Identifier les opportunités d’expérimentation à partir des données, parcours clients, irritants et performances historiques.
- Prioriser les tests selon leur impact potentiel, leur effort de mise en œuvre et leur niveau de confiance.
- Construire un backlog d’expérimentations permettant de planifier 50+ tests par mois.

3 / Conception d’hypothèses et de protocoles expérimentaux

- Formuler des hypothèses précises, mesurables et directement liées à un objectif business.
- Définir les variables indépendantes, groupes de contrôle, variantes et critères de succès.
- Concevoir des protocoles permettant de limiter les biais et d’obtenir des résultats interprétables.

4 / Architecture et industrialisation des tests A/B

- Concevoir des workflows permettant de lancer simultanément un grand nombre d’expérimentations.
- Standardiser les étapes de conception, validation, lancement, monitoring et clôture des tests.
- Mettre en place une organisation collaborative entre Marketing, Data, Produit, UX et Technologie.

Maroc Performance

5 / Tests A/B sur le parcours client et les interfaces digitales

- Tester les landing pages, formulaires, parcours de conversion, CTA, navigation et éléments UX.
- Optimiser les pages produits, tunnels d’achat, onboarding et expériences mobiles.
- Identifier les modifications générant les meilleurs gains de conversion et de revenu.

6 / Expérimentation sur les campagnes, contenus et messages marketing

- Tester les objets d’e-mails, messages publicitaires, offres, accroches, visuels et contenus.
- Comparer différentes propositions de valeur, audiences, formats et stratégies de communication.
- Exploiter les résultats pour améliorer continuellement l’efficacité des campagnes multicanales.

7 / Statistiques, significativité et analyse des résultats

- Maîtriser les notions de taille d’échantillon, puissance statistique, significativité et intervalles de confiance.
- Éviter les erreurs d’interprétation liées aux tests arrêtés trop tôt, aux faux positifs et aux biais statistiques.
- Déterminer quand déclarer un test gagnant, perdant ou inconclusif.

8 / Analyse avancée et expérimentation à grande échelle

- Exploiter les segmentations, cohortes et analyses hétérogènes pour identifier les effets différenciés des variantes.
- Combiner A/B testing, tests multivariés, holdout groups et expérimentations séquentielles.
- Utiliser l’automatisation et l’IA pour accélérer la génération, l’analyse et la priorisation des expérimentations.

9 / Pilotage de 50+ tests A/B par mois

- Construire un calendrier d’expérimentation permettant de gérer simultanément plusieurs dizaines de tests.
- Mettre en place des KPI de vélocité, taux de réussite, impact business et capacité d’exécution.
- Organiser les processus de décision pour transformer rapidement les résultats des tests en actions opérationnelles.

Maroc Performance

10 / Scale-up, gouvernance et programme d’Experimentation Marketing

- Industrialiser les expérimentations gagnantes et intégrer les apprentissages dans les processus marketing.
- Construire une base de connaissances centralisant les hypothèses, résultats, enseignements et décisions.
- Déployer une gouvernance permettant de faire de l’expérimentation un moteur permanent de croissance et d’amélioration du ROI.

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

22 au 26 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 23 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
14 au 18 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
09 au 13 Août 2027	Présentiel - Casablanca
04 au 08 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

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

Maroc Performance — Tous droits réservés