Boostez vos ventes et votre marketing B2B avec l'Intelligence artificielle générative

Programme générique en date du 14 décembre 2024. Il peut être adapté à vos besoins.

Présentation générale

Vous cherchez à transformer votre quotidien professionnel et à obtenir des résultats concrets grâce à l'intelligence artificielle (IA) ?

Cette formation d'une journée est conçue pour vous donner les clés pour intégrer des outils d'Intelligence Artificielle générative dans vos routines de vente et de marketing B2B.

Vous apprendrez à :

- Identifier des prospects qualifiés et les approcher avec des messages personnalisés en quelques clics,
- Créer des présentations et propositions commerciales percutantes, sans effort,
- Mettre en place une routine quotidienne efficace, optimisée par l'IA,
- Avec des outils gratuits, simples d'utilisation, et une approche 100 % pratique, vous repartirez avec un plan d'action clair et mesurable pour maximiser votre impact commercial dès le lendemain.

Découvrez comment l'IA peut devenir votre meilleure alliée au quotidien.

Pré-requis

Pour tirer pleinement parti de cette formation, voici les conditions idéales :

Utilisation courante d'Internet
Pratique courante de l'email à des fins professionnelles, pratique de la navigation internet, connaissances de base de la recherche sur Internet

Niveau débutant en Intelligence artificielle générative
Pas besoin d'être un expert en technologie ! Une curiosité pour les outils numériques suffit.

Accès à des outils gratuits en français
Les participants doivent pouvoir utiliser des outils comme ChatGPT, Google Gemini, Canva, Reverso AI, ou d'autres plateformes gratuites disponibles en français,
Connaissances de Base en Marketing et Ventes B2B,
Comprendre les bases des processus commerciaux et marketing vous aidera à mieux intégrer l'IA dans vos activités,

Besoins en matériel
Ordinateur de type PC et Mac (avec matériel de moins de 5 ans) pour participer aux ateliers pratiques et tester immédiatement les outils présentés.

Connaissances de base de vocabulaire en anglais apprécié

Objectifs généraux

Cette formation vise à transformer votre quotidien professionnel en vous dotant d'outils et de compétences pratiques pour exploiter l'IA générative dans vos activités de marketing et de ventes B2B. Voici ce que vous en retirerez :

Gagner en efficacité
Automatisez les tâches chronophages comme la recherche de prospects, la création de contenus personnalisés et le suivi client, pour vous concentrer sur l'essentiel : conclure des ventes.

Personnaliser vos mises en contact de potentiels clients
Utilisez l'IA pour concevoir des messages, présentations et propositions hyper-ciblés, adaptés aux besoins spécifiques de chaque client ou prospect.

Renforcer vos résultats
Adoptez une routine de travail optimisée par l'IA qui génère plus de leads qualifiés et améliore vos performances commerciales.

Adopter une stratégie orientée résultats
Apprenez à mesurer l'impact de l'IA sur vos actions grâce à des indicateurs de performance (KPI) concrets, pour ajuster et maximiser vos efforts en continu.

Cette formation vous permettra d'intégrer l'IA dans votre quotidien avec simplicité, pour un impact immédiat et durable sur vos objectifs professionnels.

Objectifs opérationnels, pédagogiques, évaluables

1. Identifier des opportunités d'intégration de l'IA

- Action observable : Analyser les processus marketing et commerciaux actuels pour repérer les tâches pouvant être optimisées par l'IA générative.
- Contraintes : En s'appuyant sur des outils gratuits (ex. ChatGPT, Google Gemini) et une matrice d'analyse fournie durant la formation.
- Critères de réussite : Chaque participant identifie au moins 3 tâches optimisables dans son quotidien professionnel.

2. Générer des prospects qualifiés (lead generation)

- Action observable : Utiliser un outil d'IA pour rechercher, segmenter et créer des messages personnalisés à destination de prospects.
- Contraintes : Réaliser cet exercice à partir d'un cas pratique fourni en atelier.

- Critères de réussite : Création d'un Profil Client Idéal (ICP) et rédaction de 2 emails d'approche personnalisés avec moins de 10 % d'ajustements requis après évaluation.

3. Créer des propositions et présentations commerciales avec l'IA

- Action observable : Concevoir un argumentaire commercial et un support visuel à l'aide d'un outil d'IA (ex. Canva, Tome, ChatGPT).
- Contraintes : Travail sur un cas réel ou fictif, présenté durant la session.
- Critères de réussite : Finalisation d'une présentation commerciale de 3 diapositives et d'un pitch personnalisé, répondant aux besoins spécifiques d'un client fictif.

4. Intégrer une routine quotidienne alimentée par l'IA

- Action observable : Construire un flux de travail quotidien intégrant la recherche de prospects, la création de contenu et la gestion des tâches avec des outils d'IA.
- Contraintes : Utilisation des modèles de routines proposés et des outils gratuits disponibles.
- Critères de réussite : Conception d'une routine réaliste et réalisable, validée par le formateur, avec un engagement d'utilisation sur 30 jours.

5. Mesurer l'impact de l'IA sur les résultats

- Action observable : Élaborer des indicateurs de performance (KPI) pour suivre l'efficacité des tâches réalisées grâce à l'IA.
- Contraintes : Travail en groupe pour définir des KPI concrets et pertinents pour leur rôle.
- Critères de réussite : Identification de 3 KPI mesurables et présentation d'un plan de suivi pour le mois suivant la formation.

Ces objectifs sont conçus pour assurer une montée en compétence pratique, observable et mesurable, garantissant des changements tangibles dans les savoir-faire et les pratiques professionnelles des stagiaires.

Public concerné

Professionnels du marketing et des ventes B2B cherchant à intégrer des outils d'IA générative gratuits dans leurs pratiques quotidiennes.

Modalités d'inscription et délai d'accès

Interlocuteur principal
Votre interlocuteur unique pour toute la procédure d'inscription est Jean-Luc Raymond, qui vous accompagnera à chaque étape, depuis votre demande d'information jusqu'à la validation finale de votre inscription.
Procédure d'Inscription

Prise de contact
Contactez-nous par téléphone, email ou via notre formulaire en ligne.
Un entretien téléphonique ou visio de 15 minutes sera planifié pour comprendre vos besoins et vérifier l'adéquation de la formation avec vos objectifs professionnels.

Validation de l'inscription
Après l'entretien, nous vous transmettons une proposition pédagogique et financière détaillée.
Si vous financez la formation via un OPCO, vous rapprocher de celui-ci dossier de prise en charge.
En cas de financement sur fonds privés, une convention de formation est signée après validation de votre participation.

Confirmation et accès à la formation
Une fois la prise en charge ou le paiement validé, nous confirmons votre inscription par email et vous transmettons les détails logistiques (lieu : distanciel ou présentiel, outils nécessaires, programme détaillé).

Méthodes mobilisées

L'approche pédagogique est centrée sur l'interaction, l'expérimentation et l'application directe des concepts. Il est alterné théorie et pratique pour garantir une acquisition concrète des compétences.

1. Méthodes et techniques pédagogiques

Apports théoriques structurés :
Chaque session débute par une présentation concise et visuelle des concepts clés, appuyée par des exemples concrets d'applications dans le marketing et les ventes B2B.

Ateliers pratiques :
Les participants sont invités à manipuler directement les outils d'IA générative (ChatGPT, Canva, Google Gemini, etc.) pour réaliser des tâches spécifiques, comme :
Génération de profils de prospects,
Rédaction d'emails personnalisés,
Création de contenus pour les réseaux sociaux ou les présentations commerciales.

Études de cas réalistes :
Nous proposons des cas pratiques inspirés de scénarios professionnels réels pour permettre aux stagiaires de s'exercer dans un contexte proche de leurs enjeux quotidiens.

Mise en situation :
Simulations guidées (ex. : présentation d'un pitch personnalisé, analyse de données CRM) pour appliquer les apprentissages dans des conditions proches du terrain.

Échanges interactifs :
Discussions en groupe, partages d'expériences et sessions de questions-réponses pour enrichir les apprentissages et répondre aux besoins spécifiques des participants.

2. Modes de formation

Présentiel :
Les ateliers pratiques se déroulent avec un accompagnement direct du formateur, qui guide les participants dans l'utilisation des outils et corrige en temps réel.
Travail en petits groupes pour favoriser la collaboration et le partage d'idées.

À distance :
Formation en visio avec des sessions interactives via des outils collaboratifs (ex. Miro, pads).
Ateliers pratiques réalisés individuellement avec un suivi en direct du formateur via partage d'écran.
Envoi de supports complémentaires au début et après la session pour faciliter la prise en main des outils.

Ressources pédagogiques

Il est mis à disposition des stagiaires un ensemble de supports et outils pour les accompagner tout au long de la formation et au-delà. Ces ressources sont conçues pour faciliter l'apprentissage, l'application pratique et l'autonomie dans l'utilisation des outils d'IA.

1. Ressources fournies en amont du stage

Liste des outils utilisés pout s'inscrire et configurer des outils comme ChatGPT, Canva, Google Gemini, Reverso AI, etc.

Documents préparatoires :
Liste des cas d'usage potentiels à analyser avant la formation.

Checklist technique :
Vérification du matériel requis (ordinateur, accès internet) et recommandations pour optimiser l'expérience de formation (extensions, applications nécessaires).

2. Ressources utilisées pendant la session

Support de présentation :
Diaporama clair et synthétique pour illustrer les concepts et démontrer les outils en action.

Fiches pratiques :
Instructions étape par étape pour utiliser les outils d'IA.
Modèles de prompts prêts à l'emploi pour les tâches courantes (ex. : rédaction d'emails, recherche de prospects, création de contenu LinkedIn).

Exemples et modèles :
Modèles de profils clients idéaux (ICP).
Exemples d'emails personnalisés et de pitchs commerciaux.

Plateforme collaborative :
Accès à un espace partagé durant la formation et espace en ligne pour stocker et partager les travaux réalisés pendant la formation.

3. Ressources fournies en aval

Cheat sheets :
Résumés des fonctionnalités clés des outils présentés, avec des exemples de cas d'usage.

Modèles d'action immédiate :
Routine quotidienne type intégrant l'IA.
Plan de suivi des indicateurs de performance (KPI).

Accès à une communauté :
Invitation à un groupe d'échange en ligne pour partager des astuces, poser des questions et découvrir de nouvelles idées.

Ces ressources garantissent une expérience d'apprentissage enrichissante, soutenue par des outils concrets et accessibles pour maximiser l'impact de la formation dans le quotidien des stagiaires.

Modalités d'organisation

Modalités de présence et de distance

Part de présentiel et à distance

Formation en présentiel :
Formation complète réalisée en une journée (7 heures), dans un lieu dédié.
Idéal pour favoriser les échanges directs, les ateliers pratiques en groupe et les interactions en temps réel avec le formateur.

Formation à distance :
Possible sur une ou plusieurs sessions, avec une répartition en modules de 2 à 3 heures chacun, selon les disponibilités des stagiaires.
Les outils collaboratifs (visio, Miro, pad) garantissent une expérience immersive et interactive, même à distance.
Les ateliers pratiques sont réalisés en autonomie ou guidés via partage d'écran.

Durée et répartition des heures :

Durée totale : 7 heures.
En présentiel : Réalisé sur une journée complète avec des pauses intégrées.
À distance : Réparti sur 2 à 3 demi-journées pour limiter la fatigue liée aux écrans et maximiser l'engagement.

Degré de personnalisation du Contenu

Personnalisation standard :
La formation est conçue pour s'adapter aux besoins généraux des professionnels du marketing et des ventes B2B.

Personnalisation avancée :
Avant la formation, un entretien permet d'identifier les besoins spécifiques des stagiaires (secteur d'activité, outils déjà utilisés, niveau d'expérience).
Les ateliers pratiques sont ajustés pour correspondre aux cas concrets des participants.
Les exemples et exercices proposés intègrent des scénarios réalistes liés aux activités des stagiaires.
Les KPI définis incluent des métriques pertinentes pour leur secteur et leurs objectifs.

Ces modalités permettent de répondre à des contraintes variées, tout en assurant une expérience d'apprentissage immersive et adaptée aux besoins individuels et collectifs.

Matériel pédagogique

Matériel fourni par le client

En présentiel :
Une salle équipée d'un vidéoprojecteur ou d'un écran connecté pour les présentations.
Connexion internet haut débit pour l'accès aux outils en ligne.
Supports pédagogiques dématérialisés (fiches pratiques, modèles de prompts, guides d'utilisation).

À distance :
Accès à une plateforme de visioconférence (Zoom, Microsoft Teams ou Google Meet) pour les sessions interactives.
Partage d'écran pour les démonstrations en direct.
Utilisation d'outils collaboratifs comme Google Drive, pad ou Notion pour les activités pratiques et le partage de fichiers.

Matériel nécessaire pour chaque stagiaire

En présentiel :
Un ordinateur portable (non fourni par l'organisme).
Accès à un navigateur web à jour et une connexion internet pour utiliser les outils d'IA en ligne.
Prise de notes (papier ou numérique selon la préférence).

À distance :
Un ordinateur avec une webcam et un microphone fonctionnels.
Connexion internet stable pour éviter les interruptions.
Accès aux outils préinstallés ou configurés avant la session (ChatGPT, Canva, Google Gemini, etc.).

Salle et équipements disponibles

En présentiel :
Chez le client avec conditions techniques réunies (mentionnées ci-dessus).

À distance :
Les sessions sont organisées sur des plateformes adaptées, avec des outils interactifs pour maximiser l'engagement (chat en direct, sondages, activités collaboratives).

En cas de besoin spécifique (absence de matériel ou d'outils), nous proposons des solutions adaptées pour garantir le bon déroulement de la formation.

Modalités d'évaluation

1. Évaluation en amont de la formation

Avant la session, nous procédons à une évaluation initiale pour :

Comprendre le niveau des participants en IA générative.
Identifier leurs besoins spécifiques et leurs objectifs professionnels.
Évaluer leur motivation et leur familiarité avec les outils digitaux.

Outils utilisés :

Questionnaire en ligne :
Un formulaire (réalisé avec Framaforms, LimeSurvey ou Google Forms) est envoyé à chaque stagiaire avant la formation.
Questions fermées pour évaluer les compétences techniques actuelles.
Questions ouvertes pour identifier les attentes et les cas d'usage spécifiques.
Évaluation auto-déclarée sur une échelle de 1 à 5 pour mesurer leur confiance dans l'utilisation de l'IA.

Entretien téléphonique (optionnel) :
Pour les sessions sur-mesure, un entretien individuel ou une réunion collective est organisé pour affiner les besoins.

2. Évaluation pendant la formation

La progression des stagiaires est évaluée à travers :

Exercices pratiques :
Réalisation d'ateliers (ex. : création d'un email personnalisé, utilisation d'un outil d'IA pour générer un profil client idéal).
Les résultats sont discutés collectivement et comparés à des critères de qualité définis.

Mises en situation :
Simulation d'un pitch commercial ou d'une présentation basée sur des outils d'IA.
Observation et feedback immédiat du formateur pour ajuster et améliorer les performances.

QCM ou quiz de fin de session :
Évaluation des connaissances acquises (10 à 15 questions rapides).
Score minimal requis pour valider l'assimilation des concepts clés.

3. Évaluation en aval de la formation

Un suivi post-formation est proposé pour mesurer l'impact des apprentissages sur le terrain :

Questionnaire de satisfaction :
Feedback sur la qualité de la formation et des outils proposés.
Suggestions pour améliorer le contenu ou l'approche pédagogique.

Évaluation de l'application pratique :
Un formulaire de suivi est envoyé 30 jours après la formation pour recueillir des retours sur l'intégration des compétences dans leur quotidien.
Suivi des indicateurs de performance (KPI) définis durant la session.

Critères d'évaluation

Niveau d'amélioration entre l'évaluation initiale et finale.
Capacité des participants à appliquer les outils et concepts dans des exercices pratiques.
Engagement mesuré via leur implication dans les activités et leur feedback post-formation.

Ces modalités garantissent une évaluation complète et continue, tout en permettant un suivi personnalisé pour maximiser l'impact de la formation.

Accessibilité des personnes en situation de handicap

L'accessibilité d'un organisme de formation doit répondre au principe d'égalité de traitement vis-à-vis des personnes en situation de handicap, établi par la loi Handicap du 11 février 2005.

Accès aux formations
À chaque personne son projet de formation adapté à ses besoins spécifiques.

Nos formations et les locaux dans lesquels elles se déroulent sont accessibles à toutes et tous.

En cas de besoin spécifique, n'hésitez pas à contacter la référente handicap de Coopaname : Carine Julien / of@coopaname.coop.

Tarif indicatif

Tarif par stagiaire
600 € HT (720 € TTC) Soit 100 € HT (120 € TTC) de l'heure
Tarif pour un groupe d'une même structure
1500,02 € HT (1800,03 € TTC) Soit 250 € HT (300 € TTC) de l'heure

Durée

6 heures

Intervenant(e)



Son CV
https://www.linkedin.com/in/jeanlucraymond/

Site Web
https://www.jeanlucraymond.fr

Jean-Luc Raymond

Journaliste tech innovation start up, Consultant senior en communication numérique, marketing digital & brand content créatif

Formateur depuis 1999 dans le secteur de l'appropriation du numérique pour différents types de publics :

. marketeurs et commerciaux, revendeurs de solutions logicielles et matériels de grands comptes du secteur des technologies en B2B (de 2015 à 2017 : marketing digital, stratégies de prospection en ligne sur les réseaux sociaux, avant-vente via les réseaux sociaux.

. personnels des universités et grandes écoles : enseignants chercheurs, directions de la communication, agents BIATSS de l'enseignement supérieur (de 2012 à 2017) : communication digitale, stratégies de présence en ligne sur les réseaux sociaux, écriture web.

. professionnels du numérique (de 2006 à 2014) : community management, stratégies de communication sur les réseaux sociaux,

. animateurs multimédia et médiateurs numériques en collectivités territoriales, associations et professionnels des bibliothèques (de 1999 à 2011) : montage de projets numériques et multimédia, pilotage de projets numériques,

. grand public (de 1999 à 2004) : initiation et formation à Internet et aux logiciels de bureautique ainsi qu'à la recherche d'emploi sur Internet.

Activités d'enseignement :

Depuis 2010 : chargé de cours CELSA Sorbonne Université (grande école de la communication) en Master 1, Master 2, MBA et Mastère des grandes écoles :
création de dispositifs mobiles comme stratégies de communication : CV dynamiques (cours par le faire)
campagnes de communication,
marketing digital et inbound marketing,
stratégie de présence en ligne pour les entrepreneurs,
suivi de thèses professionnelles et mémoires,
sociologie des médias informatisés,

De 2006 à 2017 : chargé de cours en communication digitale dans différents établissements et universités en France :
CNAM, Université de Lorraine, Université de Nice-Côte d'Azur

Ses réalisations

Pour l'année 2024, formations dispensées pour les enseignants-chercheurs et personnels des universités et établissements des universités et établissements d'enseignement supérieur (différentes sessions) :

- Utiliser l'IA générative dans l'enseignement supérieur,

- Ecrire pour le web : maitriser les bases pour un contenu impactant,
- Utiliser WhatsApp pour la communication institutionnelle,
- Créer, gérer, animer et dynamiser une communauté en ligne,
- Utiliser LinkedIn pour la communication institutionnelle,
- Ecoconception numérique pour l'enseignement supérieur : pratiques et projets.

Contenus

Cette formation d'une journée vous guide pour intégrer efficacement l'IA générative dans vos activités de marketing et de ventes B2B. Vous apprendrez à identifier les opportunités d'automatisation, à utiliser des outils gratuits comme ChatGPT, Canva et Google Gemini, et à créer des routines quotidiennes optimisées.

Le parcours alterne apports théoriques et ateliers pratiques :

- Découverte des concepts clés et des cas d'usage de l'IA en B2B,
- Génération de leads qualifiés avec des outils d'IA,
- Création de messages, propositions et présentations commerciales personnalisées,
- Conception d'une routine quotidienne automatisée pour augmenter l'efficacité,
- Élaboration de KPI pour mesurer l'impact des solutions mises en place,
- Vous repartirez avec des compétences immédiatement applicables, des supports pratiques et un plan d'action concret pour transformer votre quotidien professionnel.