

Les nouvelles tendances du marketing

Décrypter les mutations du marketing à l'ère de l'IA et des nouveaux usages

3 jours (21 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1 985 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 25/09/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

IA générative, nouveaux parcours clients, évolution de la recherche, transformation de la data, nouveaux modèles d'acquisition... **le marketing se transforme** rapidement.

Cette formation, de deux jours, permet de décrypter les **mutations majeures** du secteur, d'en mesurer les impacts et de faire évoluer ses pratiques pour rester performant dans un environnement en mouvement.

Pourquoi se former sur '**Les nouvelles tendances du marketing**' ?

- Prendre un temps d'avance sur les mutations qui redessinent le marketing.
- Faire le tri entre tendances durables, signaux faibles et effets de mode.
- Actualiser ses pratiques face à l'IA, aux nouveaux parcours et aux attentes clients.

Objectifs

- Décrypter les mutations qui transforment le marketing et les parcours clients
- Distinguer les tendances structurantes des effets de mode
- Adapter ses pratiques marketing aux nouveaux usages et technologies

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Évaluer les mutations du marketing et les traduire en évolutions concrètes de ses pratiques.

À qui s'adresse cette formation ?

- Responsables et directeurs marketing
- Chefs de produit, chefs de groupe et responsables de marché
- Responsables commerciaux ou digitaux souhaitant actualiser leurs pratiques marketing

Prérequis

Maîtriser les fondamentaux du marketing ou avoir déjà suivi une de ces formations :

- [Les clés du marketing](#)
- [Les fondamentaux du marketing digital](#)

Programme

1 Pendant votre formation

Les nouvelles tendances du marketing

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.

Décrypter les mutations qui transforment le marketing

- Analyser l'évolution des comportements, des parcours clients et des moments de décision.
- Mesurer ce que l'IA générative, prédictive et conversationnelle change dans les pratiques marketing.
- Analyser la mutation de la data et des modèles d'acquisition et de distribution.
- Identifier les nouveaux équilibres entre marque, performance et rentabilité.

Repenser la création de valeur et la préférence de marque

- Challenger offre, proposition de valeur et pricing face aux nouveaux usages.
- Faire évoluer les personas vers des approches comportementales et data-driven.
- Décrypter les nouveaux ressorts de préférence : preuve, confiance, expérience.
- Faire évoluer l'influence : créateurs, ambassadeurs, communautés et contenus générés par les utilisateurs.
- Passer du green marketing à une communication responsable, crédible et démontrable.
- Faire évoluer la relation client avec le social care et l'IA conversationnelle.

Adapter sa visibilité et son acquisition aux nouveaux parcours

- Définir une stratégie de visibilité adaptée aux nouveaux usages : SEO, GEO, recherche conversationnelle et IA générative.
- Structurer une stratégie de contenus orientée intention et performance assistée par l'IA.
- Arbitrer entre search, social ads, vidéo, programmatique et retail media.
- Composer avec la fin des cookies tiers et la montée de la first-party data.

Faire évoluer ses parcours de conversion et d'engagement

- Faire évoluer l'UX et le CRO face aux nouveaux usages mobiles, conversationnels et transactionnels.
- Exploiter personnalisation et segmentation sans tomber dans la sur-sollicitation.
- Faire évoluer le marketing automation de la conversion vers l'activation, la rétention et la recommandation.
- Identifier les nouveaux usages du social commerce et des parcours transactionnels.

Piloter la performance marketing avec de nouveaux repères

- Repenser ses indicateurs face à la fragmentation des parcours.
- Identifier les limites des modèles d'attribution traditionnels.
- Utiliser expérimentation et incrémentalité pour mieux mesurer la contribution réelle des actions.
- Mesurer l'impact de l'IA et de l'automatisation sur les métiers marketing.
- Structurer une veille pour suivre les mutations du marché.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Renaud ALQUIER

Consultant et formateur en Marketing Digital – 22 ans d'expérience et plus de 150 clients accompagnés.

Alan CALLOCH

TURQUOISE ACADEMY

Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Détails de la session

Du 22 mars 2027 au 24 mars 2027 (3 jours / 21 heures)

À distance

Du 22 mars 2027 au 24 mars 2027

À distance

- 22 mars 2027 9h00 – 17h30
- 23 mars 2027 9h00 – 17h30
- 24 mars 2027 9h00 – 17h30