



De l'outil au workflow : intégrer l'IA dans vos processus marketing

Méthode DRIVE — Définir · Requête · Interroger · Valider · Exploiter

Pourquoi cette formation ?

95% des projets IA en entreprise ne dépassent jamais le stade du pilote (*MIT Sloan, 2025*).
Le problème n'est jamais la technologie. C'est l'absence d'intégration dans les processus métier.

La plupart des formations IA vous apprennent à utiliser un chatbot. Celle-ci vous apprend à construire des workflows complets qui se connectent à vos outils existants et produisent des résultats mesurables.

En une journée, vos équipes ont tous les outils pour passer de "j'utilise l'IA de temps en temps" à "je sais construire un système automatisé qui me fait gagner du temps chaque semaine".

À qui s'adresse cette formation ?

Profil	Ce que vous en retirez concrètement
Directions Marketing & Communication	La capacité à créer des workflow de production de contenu multicanal opérationnel
Profils Créatifs (DA, concepteurs-rédacteurs, designers)	La capacité de produire 3x plus sans sacrifier la qualité créative
Opérations Marketing & Growth	Les outils pour créer des processus automatisés pour le reporting, le lead scoring, le content repurposing
Managers et Décideurs	Une grille de lecture pour comprendre pourquoi vos initiatives IA n'aboutissent pas, et comment y remédier

Pré-requis : Aucune compétence technique requise.

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Identifier les tâches à automatiser, celles à augmenter avec l'IA, et celles à garder 100% humaines
- Utiliser les outils IA adaptés à chaque besoin : Claude (analyse/rédaction), Perplexity (recherche), la suite créative Google (image, vidéo, son) et Gemini dans Workspace (productivité)
- Structurer des prompts efficaces et les enchaîner dans un workflow
- Repérer les erreurs de l'IA avant qu'elles n'atteignent vos destinataires
- Concevoir un workflow IA complet : déclencheur, traitement, contrôle qualité, action, mesure
- Déployer un workflow automatisé sur n8n à partir de templates existants
- Avoir conscience des enjeux de confidentialité et d'éthique quant à l'usage de l'IA dans un contexte professionnel (anonymisation, RGPD, gouvernance)

Aptitudes et compétences visées

- Choisir le bon mode d'interaction humain-IA selon le contexte (automation, augmentation, agency)
- Piloter la production de contenu et d'assets créatifs avec l'IA (texte, image, vidéo, son)
- Analyser des performances marketing avec l'IA pour identifier des opportunités d'optimisation
- Concevoir et déployer des workflows automatisés adaptés à son métier

Programme de la journée

Module 1 : Fondamentaux & cadre de pensée – Définir (D)

09h00 - 10h45 (1h45)

Les 3 modes d'interaction humain-IA : comprendre quand automatiser, quand collaborer avec l'IA, et quand lui déléguer une tâche autonome.

Le paysage IA en 2026 : panorama des outils par catégorie (assistants texte, recherche, création visuelle, vidéo, son, productivité intégrée, automatisation). Ce qui a changé en 2025-2026 et ce que ça implique pour les équipes marketing.

Sécurité des données & usage responsable : les 3 niveaux de risque des données, les politiques de chaque plateforme, et les bonnes pratiques d'anonymisation. Remise d'une checklist de bonnes pratiques.

Le prompt comme première brique du workflow : les 6 techniques fondamentales pour communiquer efficacement avec l'IA. Exercice pratique d'amélioration de prompts.

Pause (10h45 - 11h00)

Module 2 : Les outils en pratique – Requêter (R) & Interroger (I)

11h00 - 12h45 (1h45)

Quatre outils fondamentalement différents. Chaque outil est présenté en démo live puis mis en pratique par les participants

1. Claude (Anthropic)

- Analyse de brief marketing
- Projects pour le contexte persistant
- Artifacts pour les livrables
- Extended Thinking pour les problèmes stratégiques

2. Perplexity & Firecrawl

- Veille concurrentielle en temps réel
- Deep Research pour les analyses multi-étapes
- Vérification et traçabilité des sources

3. La chaîne créative IA

- **Nano Banana** : Génération d'images en 2K (gratuit)
- **Whisk** : Remix et déclinaison visuelle
- **Flow** : Création vidéo à partir d'images ou de texte
- **Producer.ai** : Génération musicale avec Lyria 3

(Production d'un asset de campagne complet (visuel + vidéo + son) en moins de 15 minutes.)

4. Gemini dans Google Workspace

- **Sheets** : Analyse de données de campagne
- **Docs** : Reformulation, synthèse
- **Slides** : Génération de présentations

Synthèse et construction d'une matrice de décision "quel outil pour quel besoin".

Pause déjeuner (12h45 - 13h45)

Module 3 : Penser workflow, pas outil – Exploiter (E)

13h45 - 15h30 (1h45)

Pourquoi 95% des projets IA échouent : les données issues du MIT, du BCG, de la RAND Corporation et du NBER. Les 4 causes racines et la règle 10-20-70 (10% algorithmes + 20% infrastructure + 70% personnes & processus).

La pensée workflow-first : la différence entre "utiliser un outil" et "construire un processus". Anatomie d'un workflow IA : déclencheur, enrichissement, traitement IA, contrôle qualité, action, mesure.

Exercice de conception sur papier.

Prompt chaining : pourquoi un seul prompt ne suffit pas dans un workflow. Les 4 règles pour enchaîner les prompts (large puis spécifique, format structuré, portes de qualité, templates réutilisables).

Exercice pratique.

Human-in-the-loop : le spectre de l'autonomie. Où placer le contrôle humain pour maximiser l'efficacité sans compromettre la qualité.

Introduction à n8n : présentation de la plateforme de workflow (400+ intégrations, 70+ nœuds IA, 5 800+ templates communautaires).

Visite guidée de l'interface.

Pause (15h30 - 15h45)

Module 4 : Workflows en action sur n8n – Valider (V) & Interroger (I)

15h45 - 17h15 (1h30)

Exercice guidé : workflow de content repurposing. Transformer automatiquement un article de blog en posts LinkedIn, Twitter et Instagram, avec publication dans un calendrier éditorial.

Exercice guidé : workflow de veille concurrentielle automatisée. Récupération des tendances Google Trends, analyse par IA, recommandations de contenu structurées.

Exercice autonome : déploiement d'un workflow personnel simplifié

Plan d'action DRIVE 90 jours : chaque participant définit le premier workflow qu'il déploiera dès la semaine suivante, avec un calendrier structuré (S1-S4 : déploiement, J+30 : session Q&A formateur, J+45-60 : mesure ROI, J+90 : session bilan DRIVE) sur 4 semaines.

Clôture & évaluation

17h15 - 17h30 (15 min)

QCM d'évaluation des acquis (10 questions).

Remise des livrables : attestation de formation « Méthode DRIVE », grille d'auto-évaluation DRIVE, plan d'action 90 jours, templates n8n pré-configurés (3 workflows), checklist de sécurité IA, guide de référence des outils.

Informations pratiques

Durée :

1 jour (7h30 de formation, pauses incluses)

Tarif :

1 300 EUR HT par participant

Format :

80% pratique, 20% théorie. Chaque concept est immédiatement mis en application.

Modalité :

Présentiel. Possibilité de dispenser la formation à distance sur demande.

Matériel requis :

Un ordinateur portable et une connexion internet stable. Les comptes sur les outils utilisés (gratuits) sont créés en amont avec l'aide du formateur.

Inscription et délais :

- Un questionnaire d'analyse des besoins vous est envoyé pour valider les pré-requis
- Les dates sont confirmées en fonction de la disponibilité du formateur
- Si vous passez par un financeur (OPCO, etc.), prévoir un délai supplémentaire pour leur retour
- Une fois inscrit, vous recevez vos accès et la liste de préparation sous 48h

Évaluation :

- En amont : questionnaire d'analyse des besoins + auto-évaluation des acquis
- Pendant la formation : évaluation à chaque fin de module par exercice pratique ou QCM
- En fin de formation : QCM d'évaluation des acquis + formulaire de satisfaction
- Post-formation : session Q&A formateur à J+30, mesure ROI à J+45-60, session bilan DRIVE à J+90 + questionnaire de satisfaction à froid

Votre formateur :

Saad Haddi, Head of Innovation & AI chez Ad's up Consulting. Saad conçoit et déploie des workflows IA pour des équipes marketing au quotidien. Il forme des professionnels du marketing, de la communication et du digital à intégrer l'IA dans leurs processus opérationnels.

Accessibilité :

Nos formations et nos salles sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous disposons d'un ascenseur desservant les différents étages de notre site.

Lors de votre inscription, merci de nous informer de votre situation de handicap.
Pour toute question : campus@ads-up.fr