

RÉUSSIR VOTRE STRATÉGIE DE TRANSFORMATION DIGITALE

2 jours (14 heures en présentiel ou 14 heures à distance en classe virtuelle)

Objectifs pédagogiques

Cette formation permet de positionner l'entreprise à l'ère de la transformation digitale et du volet légal du RGPD. Envisager le "digital first" à tous les niveaux de l'entreprise : RH, communication, marketing, canaux de vente et relation client.

Population visée

Dirigeant, manager de service, responsable marketing, communication ou responsable RH ou tout personne amené dans l'entreprise à une réflexion sur la stratégie de digitalisation

Pré-requis

Avoir un premier niveau de culture digitale

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, complété d'un audit de niveau via un formulaire à remplir, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

Formateur

Formateur, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des nouvelles tendances médias.

Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.
Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.
Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).
Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.
Remise d'une attestation individuelle de réalisation.

Contenu

La transformation digitale des entreprises

- Définition de la digitalisation
- Identifier le contexte et les enjeux pour l'entreprise
- Déterminer les enjeux et les objectifs d'une transformation digitale
- Les impacts du numérique : évolution du modèle économique, expérience client et digital, transformation des organisations, excellence opérationnelle
- Exemples de transformations digitales opérées

Rappel des bases et évolution de la révolution digitale et son impact sur les secteurs économiques

- Définir le contexte : du Web 1.0 au Web 3.0
- État des lieux de l'Internet fixe et mobile en France
- Comparer les données sociologiques : générations X, Y, Z, sénior, digital native, touch native ..
- Les principaux inducteurs technologiques : mobile, réseaux sociaux, collaboratif, cloud, Big Data, BI, internet des objets, gamification, intelligence artificielle... Les prévisions technologiques
- La transformation numérique sur différents secteurs économiques : e-santé, e-gouvernement, les transports, le tourisme, le social, elearning, les MOOC...et le CSA (contrôle automatisé : les radars routiers)
- Les leaders du numérique : les membres du GAFAM et BATX et autres stars du digital, ce que l'on peut en apprendre

Un nouvel enjeu: Le RGPD et son cadre juridique

- Installer sa marque dans ce nouveau contexte légal et adapter son site internet
- La vie privée, le droit à l'oubli et les conséquences de l'application du RGPD

La maîtrise des technologies

- Les standards du web les normes, le responsive
- Assurer l'accessibilité de l'entreprise en ligne
- Big data : les données au cœur du système
- Qu'est-ce que le Cloud : infrastructures, modèles, usages

Déterminer la maturité de l'entreprise

- Réaliser un état des lieux
- Définir la présence du digital dans l'organisation
- Identifier la volonté managériale de transformation
- Les différents types de stratégie : du débutant au "digerati"

La dématérialisation, levier vers l'économie traditionnelle

- Création d'interface contenu intelligente pour faire le lien vers la commercialisation traditionnelle
- la désintermédiation
- la consommation collaborative, étude de cas
- la viralité du contenu

Envisager la transformation digitale de son entreprise

- Recueils des avis clients et analyses de leurs comportements
- Identifier l'usage actuel sur les réseaux sociaux
- Définir les points de contact et parcours clients sur tous les canaux
- Innovations technologiques : nouveaux produits / services possibles
- Optimiser son site web : responsive design, adaptative design
- Les métiers de l'entreprise dans cet univers digital, les nouveaux interlocuteurs
- Comment développer le e-leadership des dirigeants ?

Connaître les métiers spécifiques du digital

- Les conséquences du digital sur les métiers : création, disparition, adaptabilité
- Les nouveaux métiers de la data : Business analyst, architecte et urbaniste numérique, data scientist, marketing numérique...
- Les nouveaux métiers liés aux réseaux sociaux et au digital marketing
- Les évolutions de la fonction SI (système d'information) au sein de l'entreprise

Le rôle et les responsabilités du « DSI » (responsable du SI) d'une entreprise numérique
Le CDO (chief digital officer) : interface entre les métiers et la DSI

Définir une stratégie de communication digitale

- Identifier sa stratégie corporate actuelle
- Définir des objectifs de communication globale
- Envisager d'inscrire le digital first dans sa communication corporate

Les leviers du marketing digital

- Définir le marketing digital, identifier les objectifs du marketing digital
- Amélioration de la connaissance client
- Définir les principes de référencement payant et gratuit
- Identifier le Marketing viral, buzz, le marketing mobile, de proximité ...
- Déterminer les axes d'une campagne marketing digitale : ciblage client, tracking (mailing, emailing, newsletter)

Savoir dialoguer avec une équipe technique spécialisée web

- Acquérir les rudiments du fonctionnement d'un site Web
- Vocabulaire du développement : intégration HTML, back & front office, CMS, moteur de recherche, storyboarding, agilité d'équipe Scrum...
- Vocabulaire du placement publicitaire sur Internet : SEA, SEO, SEM, RTB, display (banner), campagne d'affiliation, CTR, CPM, CPC...

La Relation Client au coeur de la transformation

- Identifier l'évolution de la Relation Client : Customer Centric / Consumer Centric
- Se repérer avec les notions de Click to Call / Call Back / Click to Chat
- Définir Social CRM : enjeux et marché
- Définir SoLoMo : Social Local Mobile
- Illustrations : effervescence d'applications orientées Relation Client : bancaire, télécommunications, transports

Le digital et la Distribution

- Définir les notions d'Omni-Canal / Cross-Canal (Web2Shop / Shop2Web) / Multi-Canal / Cross-Sell
- Evolution de l'e-Commerce : définition, évolutions, chiffres clés et les attentes des consommateurs

La fonction RH

- Identifier l'évolutions des métiers et des fonctions dans l'entreprise
- Envisager le digital recrutement
- Définir les nouvelles formes d'apprentissage : e-learning / serious game / classes virtuelles
- Lister les outils et services aux collaborateurs : dématérialisation, E-services, Réseaux sociaux d'entreprises (RSE)
- Envisager de nouveaux modes de travail et de communication : télétravail, bureaux dynamiques, espaces de travail collaboratifs