



Responsable digital

NIVEAU : Notions

POSITIONNEMENT : Fondamentaux

PRE-REQUIS : Cette formation nécessite aucun prérequis spécifique

PROFILS STAGIAIRES : Toute personne dirigeante, responsable de stratégie, de business unit, commercial ou marketing, consultante ou en charge de la transformation digitale

DUREE : 63 heures – 9 jours

DATE : Voir convention

TARIF : A partir de 700 € la journée

LIEU DE FORMATION : En entreprise ou en salle proposée par l'organisme de formation, accessible aux personnes à mobilité réduite

FORMATION DISPONIBLE EN : Présentiel – Distanciel (face-à-face et partage d'écran avec un formateur) – Sur-mesure

*Vous êtes en situation de Handicap, merci de nous contacter pour l'analyse de l'adaptation des modalités de l'action de formation.

MODALITES ET DELAIS D'ACCES : En moyenne votre demande est prise en charge dans un délai de 48 heures, une fois le devis validé nous pouvons mettre en place la formation entre 1 semaine à 3 semaines

SUIVI DE FORMATION : feuille de présence

OBJECTIF :

A l'issue de la formation le stagiaire aura acquis la capacité à manager la transformation digitale d'une entreprise

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre théorie et pratique

Mise en situation

MODALITÉS D'ÉVALUATIONS :

Tests, Exercices Pratiques

Evaluation en début et fin de formation.

Tests formels et informels tout au long de la formation permettant de suivre l'évolution et valider les acquis en fin de formation.

FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION : Remise d'une attestation de formation

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Comprendre les enjeux de la transformation digitale.
- Définir un modèle économique et une stratégie digitale.
- Placer le client au centre de la transformation.
- Identifier les compétences et technologies nécessaires.
- Mettre en place une gouvernance digitale.
- Accompagner l'évolution des métiers et du management.

PROGRAMME :

* Ce programme peut évoluer selon vos besoins

JOUR 1 :

Cerner l'impact du digital sur le modèle économique

Cerner les enjeux de la transformation digitale pour votre entreprise :

- Analyser les tendances d'une économie en mutation

CONTACT : Tél : 01 44 93 81 13 - E-mail : ilanite@progressia.fr

www.progressia.fr - 200 Rue De La Croix Nivert 75015 Paris

N° Siret 440 132 314 00053 - N° d'existence : 11 94 0828794

- Comprendre les ruptures induites par le digital
- Clarifier le rôle des technologies digitales : mobile, médias sociaux, analytics, cloud computing, objets connectés...
- Entrer dans la dématérialisation des process et des services
- Passer de l'analyser reporting à l'analyse prédictive

JOUR 2 :

Placer le client au centre de la transformation digitale :

- Comprendre les nouveaux comportements des consommateurs : multi devices, hyper-connectés
- Adopter une vision 360° et omnicanal du client
- Envisager le déploiement d'une plateforme digitale orientée client

JOUR 3 :

Elaborer une stratégie digitale porteuse de croissance :

- Les stratégies de transformation digitale : globale, par étape et par fonction, spin-off
- Impliquer les consommateurs et les clients dans l'entreprise : co-construction d'offres, co-communication sur la marque, co-innovation, médias sociaux
- Situer le degré de maturité de son entreprise face à la transformation digitale : outils et process
- Repenser son Business Model à l'heure du digital
- Les approches disruptives : Mobile first, Lean start-up, Growth hacking

JOUR 4 :

Développer les compétences et métiers du digital

Identifier et développer les nouvelles compétences digitales :

- Intégrer l'évolution et l'apparition de nouveaux métiers : Community Manager, Chief Data Officer, Data Protection Officer, Data Scientist...
- Identifier et développer les compétences numériques des collaborateurs
- Situer le rôle de la fonction RH dans la transformation digitale de l'entreprise : accompagnement, formation...
- Favoriser l'utilisation des médias sociaux, des outils collaboratifs, du réseau social d'entreprise
- Construire des communautés internes

JOUR 5 :

Coordonner l'expérience client

Passer du marketing à la coordination de l'expérience client :

- Prioriser le parcours et l'expérience client
- Transformer le CRM : support client, Sales Automation, Campagne Management
- Le rôle de l'analyse marketing : compréhension et suivi des clients via le Big Data
- Le digital marketing (marketing multicanal, recommandation, audience, fidélisation, etc.)
- Viser la convergence des fonctions marketing, vente et relation client
- Méthodes et outils digitaux pour le commercial, le marketing, la communication et la relation client

JOUR 6 :

Intégrer les technologies de l'entreprise digitale

- Le rôle central de la DSI dans la digitalisation de l'entreprise
- Digitaliser le poste de travail : digital workplace & collaborateur numérique
- La sécurité d'une entreprise digitale
- Adapter le Système d'Information aux enjeux du numérique (BYOD, RSE, mobilité)
- Intégrer des solutions Cloud et SaaS
- Les technologies de Business Analytics and Optimization (BAO)

JOUR 7 :

Piloter un projet de transformation numérique

Actionner les facteurs clés de succès dans un projet de transformation numérique :

- Le rôle de la Direction dans l'organisation digitale
- Fluidifier les process de travail et accélérer les prises de décision
- Passer du « Command and control » au « Test and learn »
- Encourager la participation, l'innovation, l'évaluation
- Instaurer un dispositif de gouvernance digitale
- Digitaliser l'état d'esprit de l'entreprise

JOUR 8 :

Faire évoluer le rôle du manager

S'appuyer sur le nouveau rôle du manager dans la transformation digitale :

- Freins et leviers de la transformation digitale dans l'entreprise
- Les nouveaux modèles d'organisation liés au digital
- Culture d'entreprise, collaboratif et open innovation
- Le nouveau rôle du manager (leadership et confiance)
- Manager avec les outils collaboratifs
- Les communautés internes et les réseaux sociaux d'entreprise
- Accompagner la transformation digitale

JOUR 9 :

Gérer les impacts du collaboratif sur le management

- Impact sur l'animation :
- Manager des équipes éclatées
- Des temps et des rythmes dissociés, des cultures internet différentes
- Impact sur l'organisation : gérer la porosité des frontières organisationnelles
- Impact sur l'information : accepter la fin du monopole managérial de gestion de l'information et du savoir

COMPÉTENCES VISÉES :

Cette formation permet de :

- Analyser les opportunités liées au digital.
- Évaluer la maturité digitale de l'entreprise.
- Construire une stratégie de transformation.
- Coordonner l'expérience client et les technologies.
- Mettre en place une gouvernance et des indicateurs.
- Accompagner les équipes et les managers.

MATÉRIEL REQUIS :

Outil de prise de notes, ordinateur, internet.

NOMBRE DE STAGIAIRE : 1 à 8

Modifié le 08/06/2022