ATOUT MAJEUR
CONSEIL | FORMATION

Prenez de la hauteur

Réussir votre stratégie de transformation digitale

Durée de la formation :
2 jours (14h)

Horaires de formation
08h45 – 12h30 / 13h45 – 17h00

Pré-requis
Avoir un premier niveau de culture digitale

Public visé
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

Objectifs et compétences visées
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.

Organisation
Formation animée en présentiel. Groupe de 3 à 8 personnes. Emargement signée par ½ journée par les stagiaires et le formateur. A l'issue du stage les apprenants renseignent un questionnaire d'évaluation à chaud qui est ensuite analysé par nos équipes.

Le formateur
La prestation est animée par un consultant formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par Atout Majeur.

Moyens techniques et pédagogiques
Alternance entre théorie et pratique. Mise à disposition d'une salle équipée. Support de cours.

Validation des acquis et attestation
Les exercices réalisés permettent de mesurer le degré de compréhension et d'acquisition des compétences visées. Une attestation de formation comportant les résultats de l'évaluation des acquis est délivrée en fin de formation.

Délai d'accès : 1 jour ouvré avant la date de début de la formation.

Module 1 : 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 di gital, transformation des organisations, excellence opérationnelle
Exemples de transformations digitales opérées

Module 2 : 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, clou d, 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

Module 3 : 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

Module 4 : 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

Module 5 : 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 »

Module 6 : 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

Module 7 : 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 ?

Module 8 : 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 numériq ue Le CDO (chief digital officer) : interface entre les métiers et la DSI

Module 9 : 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 coporate

Module 10 : 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)

Module 11 : 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, agrilité d'équipe Scrum...
Vocabulaire du placement publicitaire sur Internet : SEA, SEO, SEM, RTB, display (banner), campagne d'affiliation, CTR, CPM, CPC...

Module 12 : 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

Module 13 : 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

Module 14 : 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

Pour vous inscrire

04.78.14.19.19

contact@atoutmajeur-ra.com / www.atoutmajeurlyon.com

(Mise à jour : 07-2026)