

Cette formation a pour objectif d'aider les participants à comprendre les enjeux du digital pour les entreprises et à maîtriser les outils et techniques essentiels pour élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale efficace.

Public concerné : Chefs d'entreprise, responsables marketing, gestionnaires de projets digitaux, et toute personne souhaitant développer ses compétences en stratégie digitale.

Prérequis : Une première expérience dans le marketing, la gestion de projet ou le digital est un plus, mais pas obligatoire.

Objectifs : Comprendre les enjeux et les tendances de la transformation digitale

Savoir élaborer une stratégie digitale cohérente avec les objectifs de l'entreprise

Maîtriser les outils et canaux digitaux pour améliorer la performance et l'efficacité opérationnelle

Optimiser la présence en ligne de l'entreprise et renforcer l'engagement des clients

Mettre en œuvre des actions opérationnelles digitales et suivre les indicateurs de performance

Contenu de la formation :

1. Introduction à la Transformation Digitale

Définition et enjeux du digital pour les entreprises : Impact du digital sur les secteurs d'activité et les modèles économiques

Les tendances et innovations digitales : Intelligence artificielle, Big Data, automatisation, Internet des objets, etc.

Les piliers de la transformation digitale : Stratégie, technologies, culture d'entreprise, expérience client

2. Élaboration de la Stratégie Digitale

Alignement entre stratégie digitale et objectifs de l'entreprise : Comment intégrer le digital dans la stratégie globale

Analyse du marché et de la concurrence en ligne : Méthodes pour identifier les opportunités et les menaces dans un environnement digital

Définition des objectifs SMART : Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporels

Sélection des indicateurs de performance (KPI) : Mesurer le succès de la stratégie digitale

3. Les Canaux Digitaux : Outils et Utilisation

SEO (Search Engine Optimization) : Optimisation du référencement naturel pour améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche

SEA (Search Engine Advertising) : Publicité payante (Google Ads, Bing Ads)

Social Media : Stratégie sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter)

Email Marketing : Techniques pour optimiser les campagnes d'emailing et améliorer le taux de conversion

Content Marketing : Création et gestion de contenu digital pour attirer et fidéliser les clients

Display et programmatique : Publicité display, retargeting, et campagnes programmatiques

4. Expérience Client et Engagement en Ligne

Customer Journey : Cartographier le parcours client en ligne et comprendre les points de contact digitaux

Optimisation de l'expérience utilisateur (UX/UI) : Conception de sites web et d'applications pour améliorer l'expérience client

Outils de personnalisation : Utilisation des données pour offrir des expériences personnalisées en temps réel

Community Management : Gérer la relation client via les réseaux sociaux et créer de l'engagement

5. E-commerce et Monétisation Digitale

Les modèles économiques en ligne : Marketplace, modèle SaaS, freemium, e-commerce

Optimisation des tunnels de conversion : Stratégies pour maximiser les ventes en ligne

Techniques de fidélisation : Programmes de fidélité, newsletters, campagnes de retargeting

Stratégie omnicanale : Intégrer le digital dans un parcours client multicanal (magasin physique + en ligne)

6. Les Outils de l'Opérationnel Digital

Outils d'analyse de la performance : Google Analytics, outils de mesure des réseaux sociaux, heatmaps

CRM et automatisation du marketing : Automatiser les processus de vente et de marketing (Salesforce, HubSpot)

Gestion de projet digital : Méthodologies agiles et outils de gestion (Trello, Slack, Monday.com)

Outils de collaboration et travail à distance : Zoom, Microsoft Teams, Google Workspace

7. Suivi et Optimisation des Actions Digitales

Suivi des indicateurs de performance (KPI) : Analyser les données pour évaluer l'efficacité des actions

A/B Testing : Optimisation des pages web et des campagnes digitales grâce aux tests A/B

Rapports et tableaux de bord : Créer des rapports d'analyse pour ajuster les stratégies en temps réel

Techniques d'optimisation continue : Comment améliorer en permanence l'efficacité des actions digitales

8. Études de Cas et Mises en Situation

Étude de cas : Développement d'une stratégie digitale : Cas pratique pour élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale pour une entreprise fictive

Simulations : Gestion d'une campagne digitale : Simulation de la gestion d'une campagne publicitaire sur différents canaux (réseaux sociaux, Google Ads)

Ateliers collaboratifs : Élaboration en groupe de projets digitaux, avec feedback et optimisation

Méthodes pédagogiques : Apports théoriques : Présentations et discussions autour des concepts clés du digital

Exercices pratiques : Cas pratiques et mises en situation pour une mise en œuvre directe

Ateliers collaboratifs : Travail en groupe pour co-construire des projets digitaux et partager les bonnes pratiques

Modalités d'évaluation : Évaluation continue via des exercices pratiques, études de cas et simulations

Quiz à la fin du module pour évaluer la compréhension des concepts clés

Feedback personnalisé pour chaque participant

Délivrance : À l'issue de la formation, une attestation vous sera délivrée.

Durée : 2 jours soit 14 heures

Groupe : De 4 à 10 personnes

Prix Inter HT : 900€ net de TVA

Prix Intra HT : 3600€ net de TVA

Modalités d'inscription : Merci de nous contacter pour évaluer vos besoins et organiser le positionnement des apprenants. Pour une formation intra-entreprise, cette démarche doit être effectuée au plus tard 15 jours avant la date prévue (sauf en cas d'urgence). Pour une formation inter-entreprises, le délai est de 24 à 48 heures avant le début de la session.

Accessibilité Aux Personnes En Situation De Handicap : Adaptation des contenus et des méthodes pédagogiques en fonction des besoins spécifiques des participants.

Modalités de financement : Dispositifs de financement : OPCO, financement entreprise, financement personnel.

Nb : Notre organisme de formation peut prendre en charge la gestion de vos dossiers de financement auprès de votre OPCO.