

Digital : état de l'art et enjeux

Référence formation : CD1

Durée : 2 jours (14 heures)

Prix conseillé : 1 900 € HT (hors promotion ou remise particulière)

Description

A l'ère du numérique, de l'internet des objets, les usages et les comportements des consommateurs évoluent constamment. Il est impératif pour les entreprises de comprendre les enjeux de cette transformation; de se l'approprier et d'enclencher une trajectoire qui leur permettront de bénéficier de leviers stratégiques et des avantages compétitifs. La digitalisation transforme l'écosystème d'une entreprise, l'amenant à repenser son modèle d'organisation, ses métiers et son système d'information.

Objectif pédagogique

A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure :

- De comprendre le contexte et les enjeux du numérique,
- De partager un vocabulaire commun autour du numérique,
- De comprendre la digitalisation de leur entreprise (métiers et système d'information),
- D'évaluer le potentiel digital de leur entreprise et d'identifier les perspectives d'évolutions futures.

Pré-requis

Aucun

Public

Direction RH

Direction financière

Direction marketing / communication

Direction commerciale

Direction informatique peu "webisée"

Dates des prochaines sessions

 Du lundi 04/09 au mardi 05/09 2017	Paris	1 900 €
 Du lundi 18/12 au mardi 19/12 2017	Paris	1 900 €

Plan de cours

PROGRAMME DE LA 1ERE JOURNEE DE FORMATION

LES NOUVEAUX USAGES LIES A LA DIGITALISATION

L'entrée du digital dans notre quotidien

Digitalisation du processus d'achat

De nouveaux comportements dans le choix du produit (ROPO/SIBO/SOBI, Fréquence des achats, ...)

De nouvelles façons de consommer (mode de réservations, audience mobile, e-commerce,...)

De nouveaux moyens de paiements (NFC, applications mobile, Apple Pay, Bitcoins...)

De nouveaux moyens de livraison (Volvo, drones, ...)

Les objets connectés (Bien-être, le sportif connecté, la santé connectée / e-Santé)

La domotique

L'essor de l'économie participative

Les dangers du digital

La sécurité

La législation

L'hyperconnectivité : l'opium de la génération 2.0

Les risques d'hyperconnectivité

Jeu « Quiz sur la cyberdépendance »

Digital détox : quelques indicateurs

LES OUTILS & LES TECHNOLOGIES DE LA DIGITALISATION ET LEURS EVOLUTIONS

Internet : Evolution du web

Les grands acteurs du marché online, matériel, face cachée

Les canaux digitaux

Le WEB classique

Le WEB 2.0

Le WEB 3.0 (le WEB sémantique)

La démocratisation des Smartphones, Tablettes & Phablettes

Le Bi-Bop: une révolution pour la téléphonie

Historique et dates clés

Les acteurs du marché

Les systèmes d'exploitation

Les stores de téléchargement

Les fonctionnalités d'aujourd'hui : géolocalisation, accéléromètre, paiement sans contact, etc...

L'Internet of Everything (IoE) : les objets connectés

Interopérabilité

Les lunettes connectées: le floutage offline/online

Les robots domestiques connectés

Les Smart Cities : finalité et acteurs concernés

Le Salon de l'Electronique Grand Public

Les technologies porteuses d'évolutions

QR Code

RFID : Radio Frequency Identification

NFC : une technologie sans contact

De nouvelles façons de créer/innover : l'impression 3D, la 3ième révolution industrielle ? Le « Do It Yourself »

Réalité augmentée : bénéfices et usages

Intelligence artificielle

Cloud Computing : genèse, enjeux, offres de services et modes de déploiement

BigData : tendances et usages

PROGRAMME DE LA 2EME JOURNEE DE FORMATION

Introduction à la transformation digitale des entreprises

Contexte & enjeux

Le digital vs les entreprises et leurs collaborateurs

Définition et objectifs d'une transformation digitale

Les clés d'une transformation digitale réussie

Exemples de transformation digitale

Le monde selon Google

LES IMPACTS ORGANISATIONNELS

Le digital et la fonction RH

Evolutions des métiers et des fonctions dans l'entreprise

Recrutement digital

Formations : e-learning / serious games / classes virtuelles

Outils & services aux collaborateurs : Dématérialisation, E-services, Réseaux sociaux d'entreprises (RSE)

Modes de travail et de communication : télétravail, bureaux dynamiques, espaces de travail collaboratifs

Rôle du manager digital

Le digital et la fonction marketing

Définition et objectifs du marketing digital

Amélioration de la connaissance client

Référencement payant : SMO (Social Media Optimization)

Référencement gratuit : SEM (Search Engine Marketing)

Marketing viral / buzz, Marketing mobile, Marketing de proximité

Campagnes marketing : ciblage client, tracking (mailing, emailing, newsletter)

Social Media Management : Hootsuite

Le digital et la Relation Client

Evolutions de la Relation Client : Customer Centric / Consumer Centric

Emergence du Social CRM

Click to Call / Call Back / Click to Chat

Social CRM : enjeux et marché

SoLoMo : Social Local Mobile

Community management (Réseau sociaux, Maitriser son e-Réputation, ...)

Illustrations : effervescence d'applications orientées Relation Client : bancaire, télécommunications, transports

Le digital et la Distribution

Les canaux de vente

Les attentes des consommateurs (choix, conseil, shoptimise, ...)

La grande distribution : état des lieux et perspectives

Digital Retail : Drive pour la grande distribution, les sites e-commerce, etc.

Digital Distribution : livres, musiques, jeux, films, etc.

Evolution et acteurs clés de l'e-Commerce: Définition, évolutions, chiffres clés

Omni-Canal / Cross-Canal (Web2Shop / Shop2Web) / Multi-Canal / Cross-Sell

Illustrations

LES IMPACTS SUR LE SI DE L'ENTREPRISE

Le digital et le Système d'Information

Introduction à l'intégration SI (définition et enjeux)
L'intégration au service du Digital
Historique des types de technologie d'intégration
Vers un SI plus dynamique et agile : flexibilité, réutilisation, mutualisation
Mobile First / Responsive Design / Adaptive Design
Architecture cross-canal
100% Dématérialisation
Vision Client 360
Digital Asset Management
BYOD
Illustrations

Quelques usages et retours d'expérience

Grande Distribution / Télécommunications / Agences de voyages / Sites e-commerce
Atelier pratique

Atelier pratique

Glossaires

Avant et après la formation

Parce ce que la formation est un moment privilégié de sa carrière professionnelle, la pédagogie ne s'arrête pas à un stage de quelques jours.

Ainsi en vous inscrivant à une formation Clever-Institut, vous bénéficiez de l'ouverture d'un compte sur notre site internet vous permettant de :

- **exprimer, en amont du stage, vos attentes quant à cette formation, afin de nous permettre de personnaliser chacune de nos sessions**
- **déjeuner avec le formateur et les autres stagiaires, afin de transformer ce moment en partage et retours d'expérience**
- **évaluer la formation sur son contenu et sa pédagogie, et en partager le contenu avec les futurs stagiaires**
- **échanger avec votre formateur pendant les 15 jours qui suivent votre stage, pour toute question ou interrogation en rapport avec formation**

Comment s'inscrire ?

La demande d'inscription à une session de formation **se fait en ligne**.

Une fois votre inscription enregistrée, vous recevez dans les 48heures la Convention de Formation Professionnelle Continue simplifiée. Dès réception par nos services, de la convention signée, la convocation de stage est envoyée par mail aux stagiaires qui se voient ouvrir un compte sur notre site internet, leur permettant de préparer leur formation (accès, communication de leurs attentes, etc.).

A noter, que l'inscription est considérée comme définitive, à la signature de la convention de stage.

