

Programme de formation

Les nouveaux usages numériques

Les nouveaux besoins numériques de l'entreprise et leur mise en œuvre

Durée

2 jours / 14 heures

Description

La transformation digitale de l'entreprise, c'est d'abord l'intégration d'outils et de technologies numériques dans l'environnement de travail. Mais c'est aussi l'adoption de nouveaux comportements pour répondre efficacement aux évolutions des usages en Ressources Humaines, marketing ou relation client. Ce séminaire vous permettra d'acquérir les connaissances indispensables et vous apportera des éléments précis de compréhension du digital et de ses enjeux pour votre entreprise.

Objectifs pédagogiques

- Partager des notions et un vocabulaire commun autour du digital et des technologies Web
- Identifier les nouveaux usages et comportements induits par le digital et les évolutions technologiques
- Comprendre le contexte, les enjeux et le processus de digitalisation de l'entreprise
- Déterminer les impacts et les bénéfices de la digitalisation pour les différentes entités de l'entreprise

Public

Dirigeants d'entreprise, managers, responsables communication, responsables marketing et toute personne souhaitant faire un point sur les enjeux du digital pour son entreprise

Pré-requis

Aucun

Méthodes pédagogiques

70% théorie / 30% retours d'expériences, échanges

Profil intervenant

Olivier a commencé sa carrière "digitale" en participant au lancement d'une start-up Internet d'un grand groupe il y a 25 ans. Il a ensuite enchaîné diverses activités (dirigeant de Web Agency, responsable partenaires éditeurs e-business, analyste pour un VC) avant de gérer, pendant 14 ans, sa société d'expertise e-commerce. Au sein de cette structure, il accompagne ses Clients dans la mise en œuvre de projets e-commerce prestigieux, généralement pour de grands comptes et dans des contextes multi-pays multi/cross-canaux.

La société a rejoint le groupe Clever Age en 2014. Il accompagne désormais, dans son rôle de responsable de la BU Conseil, les Clients du Groupe dans l'élaboration et la mise en œuvre de leurs trajectoires digitales : animation de

formations et séminaires, missions de stratégie digitale, cadrage de projets, accompagnements de consultations éditeurs, expertise fonctionnelle et technologique sur les domaines e-Commerce, PIM, CMS...

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

Accès aux personnes en situation de handicap

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap, pour plus d'informations, c'est [ICI](#)

Programme

1er jour

L'évolution du Web, du mobile et du digital

- L'évolution des systèmes informatiques et des réseaux de télécommunications : historique et dates clés.
- Les principaux acteurs du marché du Web. Le cas particulier de Google.
- La révolution numérique en chiffres.
- Du Web classique au Web 2.0 (réseaux et blogs).
- L'avènement du Web 3.0 : le Web sémantique.
- La démocratisation du mobile. Les fonctionnalités actuelles : géolocalisation, accéléromètre, paiement sans contact...
- Les principaux acteurs du marché et les différents systèmes d'exploitation : iOS, Android, Blackberry, Windows Phone...
- Les concepts de Mobile First, Responsive Design et Adaptive Design.
- Les évolutions sociologiques : les comportements digitaux des générations X, Y et Z.

Les évolutions technologiques récentes

- Les technologies sans contact : QR Codes, RFID et NFC.
- L'impression 3D : vers une troisième révolution industrielle.
- La réalité augmentée : ses usages et bénéfices.
- L'Intelligence Artificielle et ses perspectives.
- Le Cloud Computing : genèse et enjeux.
- La Big Data : tendances et usages professionnels.
- L'Internet of Everything (IoE) : panorama et tendances.
- Les objets connectés : lunettes, montres, robots...
- Le e-sport et la e-santé : le corps humain connecté.
- Les Smart Cities : leurs finalités et les acteurs concernés.

Les nouveaux usages et comportements digitaux

- Les apports du e-commerce dans les processus d'achat.
- ROPO (Research Online Purchase Offline), SIBO (Search Instore Buy Online) et SOBI (Search Online Buy Instore).
- Les Digital Shoppers et les Uber Digitaux.
- L'économie participative et le Crowdfunding.
- La domotique et la maison connectée.

La transformation digitale des entreprises

- Le contexte, les enjeux et objectifs de la digitalisation pour l'entreprise.
- Les conséquences et bénéfices de la digitalisation pour les entreprises et leurs collaborateurs.
- La gestion de la dématérialisation avec les clients et les collaborateurs.
- L'expérience client enrichie, multicanale et cohérente.
- L'importance croissante du recueil des avis clients et de l'analyse de leurs comportements.

2ème jour

Les apports du digital pour la fonction RH

- Les impacts du digital sur l'évolution des métiers et des fonctions dans l'entreprise.
- Le nouveau rôle du manager digital.
- Le recrutement 2.0 via les réseaux sociaux.
- La e-formation et ses déclinaisons : e-learning, Serious Games, classes virtuelles...
- Les outils et services aux collaborateurs : dématérialisation, e-services, réseaux sociaux d'entreprises.
- Les nouveaux modes de travail : télétravail, bureaux dynamiques, espaces de travail collaboratifs...

Le digital et la fonction marketing

- L'amélioration des campagnes marketing : connaissance client, ciblage et tracking.
- Le référencement payant (SEM : Search Engine Marketing).
- Le référencement naturel (SEO : Search Engine Optimization).
- Le marketing viral et le Buzz Marketing.
- Le marketing mobile et le marketing de proximité.
- La e-réputation: définition, législation, gestion et enjeux.
- Les évolutions du e-commerce : omni-canal, cross-canal, cross-cell...

La relation client et la distribution à l'ère digitale

- Les évolutions de la relation client.
- L'émergence du Social CRM : enjeux et marché.
- Les modèles Click to Call, Call Back et Click to Chat.
- Le concept SoLoMo (Social Local Mobile).
- L'évolution du e-commerce et les nouveaux canaux de vente.
- Les acteurs du e-commerce et les attentes des consommateurs.
- La grande distribution : état des lieux et perspectives.
- Le Digital Retail : drive pour la grande distribution, les sites e-commerce, etc.
- Les modèles omni-canal, cross-canal (Web2Shop, Shop2Web), multi-canal et cross-cell.

Les impacts du digital sur le Système d'Information

- L'agilité du SI : flexibilité, réutilisation et mutualisation.
- L'architecture cross-canal du SI.
- La vision client 360°.
- Le 100% dématérialisation.
- Le Digital Asset Management.
- Le Cloud Computing : offres de service et modes de déploiement.
- Le BYOD (Bring Your Own Device) et ses implications pour l'entreprise.