



Web & digital

W1 – Comprendre et intégrer le digital dans son activité

Aujourd'hui, le digital bouleverse tous les secteurs d'activités. Les acteurs traditionnels sont bousculés par de nouveaux entrants et doivent saisir cette formidable opportunité de repenser l'expérience client. Découvrez une démarche pragmatique pour faire entrer le digital dans votre entreprise.

Méthode interactive

Théorie et cas pratiques

1 Jour ou 7 H

INTER: le groupe 690 € HT (1 à 4 pers.)

INTRA: 450 € HT / pers. (maxi 4 pers.)

Objectifs

- Comprendre l'environnement internet
- Explorer les nouveaux business models offerts par le digital
- Identifier les opportunités offertes par le digital pour enrichir l'expérience de vos clients dans vos produits et vos services

A la fin de la formation, le stagiaire saura construire sa stratégie digitale et piloter un plan d'actions sur le web.

Itinéraire et contenu pédagogique :

Session 1 : 0,5 J

• Comprendre le digital aujourd'hui

Panorama et chiffres clés du web / monde et France / Le dispositif de communication 360 ° de l'entreprise / Typologie des media digitaux

• Impact du digital sur les services, produits, business models

Les technologies digitales par l'exemple / Les usages du digital par l'exemple / Les business models du digital par l'exemple.

• Comprendre et repenser le parcours client

Comprendre le consommateur connecté / Le parcours clients en 6 étapes / Cartographier et optimiser l'expérience client avec le digital / Identifier les fonctionnalités digitales appropriées à mon contexte.

Atelier : Construire la matrice de son parcours client

Session 2 : 0,5 J

• Construire son plan d'action digital

Préparer son plan avec la matrice SOSTAC – Définir ses objectifs avec la méthode 5S – Choisir les moyens et les supports

Atelier : Evaluer le dispositif de l'entreprise et construire le plan d'action digital

• Mesurer la performance de son plan d'action digital

Evaluer l'engagement de ses clients par le digital (matrice RACE) – Principaux indicateurs à suivre.

Evaluation orale fin de formation

Pour qui ?

Dirigeant, poste commercial, poste marketing/communication.

Prérequis

Etre à l'aise avec internet

Lieu & horaires

Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h et 13h-17h

Organisation pédagogique : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu

Moyens Pédagogiques :

Tutoriel remis en fin de formation

Moyens Techniques :

Salle avec wi-fi et video-projecteur

Apporter son PC portable ou sa tablette.

Encadrement : Formatrice titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en marketing

Suivi d'exécution

Feuille de présence signée par demi-journée

Résultats

En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.