

## Responsable Digital



MR-179 9 Jours (63 Heures)



### Description

Le digital bouleverse la donne économique et seules les entreprises bien préparées tireront leur épingle du jeu. Les entreprises ont besoin d'un interlocuteur identifié et bien formé pour conduire leur mutation vers le digital. Ce cycle de formation permet à la personne responsable du digital de s'approprier les nouveaux modèles économiques, de repérer les compétences et les technologies nécessaires à l'entreprise, d'outiller les managers pour déployer une stratégie digitale porteuse de croissance pour l'entreprise.

### À qui s'adresse cette formation ?

#### Pour qui

Dirigeant, Responsable Stratégie. Responsable Business Unit, Responsable Commercial ou marketing. Futur Responsable Digital de l'entreprise : directeur du numérique, Head of digital, Chief digital officer, ... Consultant, et toute personne en charge de la transformation digitale de l'entreprise.

#### Prérequis

Aucun

### Les objectifs de la formation

- Comprendre les enjeux de la transformation digitale de l'entreprise
- Définir le nouveau business model et déployer la stratégie associée
- Identifier les compétences nécessaires pour réussir la mutation vers le digital
- Repérer les technologies digitales génératrices de compétitivité pour l'entreprise
- S'appuyer sur le nouveau rôle du manager dans la transformation digitale

### Programme de la formation

PARTIE 1 : Impact du digital sur le business model (3 jours)

- 1 - Cerner les enjeux de la transformation digitale pour son entreprise
- Analyser les tendances d'une économie en mutation.
- Comprendre les ruptures induites par le digital.
- Identifier l'impact du développement durable et de la RSE dans la transformation digitale.
- Clarifier le rôle des technologies digitales : mobile, médias sociaux, analytics, cloud computing, objets connectés, blockchain, NFT, metaverse...
- Entrer dans la dématérialisation des process et des services.
- Piloter les données : les principaux indicateurs (KPI), la mise en place d'un tableau de bord, le ROI.
- 2 - Placer la conduite de projet au centre de la transformation digitale
- Les fondamentaux de la conduite de projets digitaux.
- Tirer parti des apports du design thinking.
- Adopter les méthodes agiles.
- L'analyse de risque de la transformation digitale.
- 3 - Élaborer une stratégie digitale porteuse de croissance
- Appréhender les différentes stratégies digitales.
- Distinguer les modèles économiques possibles et leurs sources de revenus.
- Situer le degré de maturité de son entreprise face à la transformation digitale.
- Repenser son Business Model à l'heure du digital : le Business Model Canvas.
- S'inspirer d'exemples réussis de transformation digitale.
- Mise en situation: Cas pratique : s'entraîner à définir un projet de transformation digitale à partir d'un brief.
- Mise en application pratique : Avant la partie 2, identifiez le parcours multi-devices de vos clients.

## PARTIE 2 : Impact du digital sur le marketing et les systèmes d'information (3 jours)

- 1 - Se concentrer sur l'expérience client
- Les nouveaux comportements clients.
- L'expérience client : parcours d'achat et points de contact.
- Identifier les pratiques gagnantes en matière d'expérience client.
- Les enjeux de l'expérience client sur la vision marketing.
- 2 - Intégrer le Marketing digital
- Le marketing digital dans une stratégie d'acquisition et de fidélisation.
- Le référencement naturel (SEO) : un atout déterminant.
- La mesure d'audience (analytics) pour optimiser les actions marketing.
- Les landing pages : une démarche customer centric.
- Le CRM au service de la performance : fonction, objectifs et solutions disponibles.
- La personnalisation de la relation client et le marketing automation.
- Les facteurs clés de succès de la conversion client.
- Viser la convergence des fonctions marketing, vente, relation client et DSI.
- Les nouvelles approches commerciales (social selling, remote selling).
- 3 - Aborder les technologies de l'entreprise digitale
- Le rôle central de la DSI dans la digitalisation de l'entreprise.
- Principe d'urbanisation des SI : fondamentaux techniques.
- Digitaliser le poste de travail : digital workplace et collaborateur numérique.
- La cybersécurité d'une entreprise : risques et étude d'analyse.
- Adapter le SI aux enjeux du numérique (BYOD, shadow IT, ouverture de données...).
- Intégrer les terminaux mobiles dans la transformation digitale.
- Déployer des solutions Cloud et SaaS.
- Les technologies de Business Analytics and Optimization (BAO).
- Mise en application pratique : Avant la partie 3, repérer les freins et leviers de la transformation digitale dans l'entreprise.

## PARTIE 3 : Impact du digital sur le management (3 jours)

- 1 - Actionner les facteurs clés de succès dans un projet de transformation numérique
- Le rôle de la RH dans la transformation digitale.
- L'intégration d'un nouveau référentiel de compétences.
- Développer l'agilité numérique des collaborateurs.
- Identifier les freins à la transformation digitale, décrypter les inhibitions culturelles.
- Nouvelles générations, nouvelles valeurs.
- Rôle et responsabilités de la direction dans la transformation digitale.
- Instaurer un dispositif de gouvernance digitale.
- 2 - Gérer les impacts du collaboratif sur le management
- Manager avec les outils collaboratifs.
- Animer des communautés internes.
- Utiliser les réseaux sociaux d'entreprise.
- Management collaboratif, management hybride.
- Mise en situation: Exercice de mise en situation de travail collaboratif avec un outil en ligne.
- 3 - S'appuyer sur de nouveaux modes de management
- Les principes de la culture agile et du "test and learn".
- Du projet agile au management agile.
- Insuffler un esprit entrepreneurial.
- De nouveaux modes de collaboration : relation partenariale et collective, droit à l'échec, nouveaux espaces de travail.
- L'influence des start-ups dans le fonctionnement de l'entreprise.
- Les apports du leadership au management.
- Les nouveaux modèles d'organisation.