

Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation digitale en entreprise

Date et durée
Code formation : TN001-FR-RS Durée : 5 jours Nombre d'heures : 35 heures 
Description
A l'ère où l'informatique domine, il est essentiel pour une entreprises de se doter de technologies numériques afin de rester compétitives et d'améliorer son efficacité commerciale. Que vous soyez un professionnel ou une entreprise, cette formation vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires pour analyser et optimiser vos processus de vente grâce aux outils numériques. Les cours vous permettront de concevoir des tunnels de vente multicanaux, de mettre en place des stratégies de prospection et de fidélisation sur le web, et de mesurer l'efficacité de vos actions. Ainsi, a travers la mise en place d'une plan de transformation digitale et en promouvant une culture digitale au sein de votre entreprise, vous serez prêts à conduire et soutenir cette démarche dans le temps. C'est autant de garanties pour une adaptation en continu face à l'évolution des technologies du digital et aux besoins du marché. À l'issue de ce programme de 5 jours, vous serez prêt à obtenir la certification « Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation digitale en entreprise », enregistrée auprès de France Compétences sous le n°RS6242. Cette certification validera les compétences acquises au cours de la formation (<i>plus d'informations</i> ici).  LA WAB LE DIGITAL COOPÉRATIF La WAB est à la fois une école supérieure du digital et un centre de formation dédié aux professionnels du marketing et de la communication qui se donne pour mission de rendre le digital accessible à tous.
Objectifs
<i>En suivant cette formation vous validerez les objectifs de compétences suivants :</i> - comprendre les concepts fondamentaux et l'importance de la transformation digitale pour les TPE et les PME. - analyser la digitalisation des processus commerciaux d'une entreprise d'une entreprise - améliorer la productivité d'un service commercial à travers la mise en place d'outils numériques - recréer des tunnels de vente multicanaux et planifier la prospection de clients en y intégrant les canaux digitaux. - mettre en place des actions de prospection et de fidélisation clients sur le Web - mesurer l'efficacité de ces actions et continuer sa démarche de transformation digitale sur du long terme. - comprendre et savoir utiliser des technologies numériques clés comme l'intelligence artificielle, le machine learning, l'IoT et la blockchain afin d'optimiser ses processus de vente.

- définir un plan de transformation numérique incluant la gestion des actifs numériques, la planification stratégique et la gestion des risques.
- surveiller et ajuster en permanence sa stratégie de transformation numérique à l'aide d'indicateurs clés de performance (KPI) ;
- se préparer à l'examen de certification « Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation digitale en entreprise ».

Les compétences attestées par la certification :

- réaliser un audit approfondi des processus commerciaux d'une entreprise pour identifier les opportunités d'optimisation et évaluer le niveau de maturité digitale ;
- concevoir un plan d'action de transformation digitale pour des processus commerciaux en sélectionnant les bons outils, en tenant compte de sa transversalité et en incluant un budget et un échéancier pour en planifier son exécution ;
- mettre en œuvre des actions concrètes pour digitaliser les outils de suivi et de gestion commerciale, développer de nouvelles stratégies de prospection et optimiser les actions de webmarketing afin d'améliorer significativement l'efficacité commerciale ;
- définir des indicateurs de performance clés (KPI) pour mesurer l'impact de la transformation digitale sur les résultats commerciaux et mettre en place un processus d'amélioration continue afin d'ajuster la stratégie en fonction des résultats obtenus.

Points forts

De nombreux travaux pratiques, une montée en compétences sur des outils numériques et le passage de la certification "Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation digitale en entreprise" inclus dans notre offre.

Certification

Cette formation est destinée à vous préparer à la certification professionnelle « Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation numérique pour votre entreprise ».

Informations sur l'examen de certification

Condition de l'évaluation :

Lors de l'évaluation, le candidat présente **un cas pratique de digitalisation des processus commerciaux** d'une entreprise. Le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail. La présentation comprend :

- le diagnostic de la maturité digitale de l'organisation commerciale d'une entreprise
- une feuille de route de transformation digitale des processus commerciaux
- un parcours client standardisé prenant en compte tous les canaux d'acquisition
- au choix :
 - une action prospective liée au site internet de l'entreprise de type Landing Page, Article de blog ou publication sur les réseaux sociaux
 - une action d'achat publicitaire en ligne de type SEA (exemple : Facebook Ads, LinkedIn Ads ou bien encore Adwords)
 - une action de fidélisation commerciale de type e-mailing, newsletter ou récupération d'avis
- un tableau de bord comprenant les indicateurs de succès (KPI)

L'ensemble du dossier **répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une TPE/PME**. Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

Condition de réalisation :

Entre la préparation de la certification et l'évaluation, le candidat dispose de **2 semaines maximum pour organiser sa soutenance**. Ce temps de préparation préalable permet au candidat de remplir tous les critères d'évaluation nécessaires à l'obtention de la certification.

Le jour de l'évaluation, le candidat aura à sa disposition, une connexion internet, un ordinateur et un vidéoprojecteur. **La durée de sa soutenance est de 30 minutes**. À la suite de cette présentation, des questions complémentaires sont posées au candidat pendant 10 minutes.

Modalités d'évaluation

Quiz / QCM
Travaux Pratiques
Etude de cas

Pré-requis

La certification s'adresse à des professionnels issus de TPE ou PME, ayant pour habitude de **travailler quotidiennement avec l'outil informatique** (recherche internet, e-mails, traitement de texte, paiement en ligne, etc.).

La motivation du candidat et la pertinence de son projet de formation sont évaluées lors d'un **entretien de positionnement préalable** à la préparation de la certification.

Un dossier de candidature à la certification sera transmis, renseigné par l'organisme de formation est complété et transmis à l'organisme certificateur (LA WAB) pour validation.

Public

Cette certification s'adresse aux **directeurs commerciaux et à leurs managers d'équipe commerciale**, aux responsables commerciaux et à leurs assistants, ainsi qu'à tout collaborateur de TPE/PME en charge de **la relation client et/ou de la communication et du marketing** de leur structure.

Cette certification les amène à développer les compétences nécessaires pour :

- auditer la maturité digitale des processus commerciaux d'une structure
- opérer à la transformation digitale des processus commerciaux
- mettre en œuvre des actions webmarketing prospectives et/ou de fidélisation
- mettre en place des indicateurs de réussite et mesurer leur efficacité

L'objectif est de permettre aux ressources humaines des TPE/PME de développer l'efficacité commerciale de leur structure grâce à la transformation digitale.

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Responsable Commercial / Marketing
Responsable / Directeur d'agence
Responsable / Directeur des ressources humaines (RH)

Programme

1. Tour de table

- Présentation individuelle des participants.
- Analyse des attentes et des objectifs de chacun.
- Présentation générale du programme de formation.
- Énumération des objectifs de compétences visés.

2 : Comprendre la transformation digitale

- Qu'est-ce que la transformation digitale et son importance ?
- La transformation digitale et son impact pour les TPE et PME.
- L'analyse des bénéfices attendus pour la rentabilité de l'entreprise.
- La définition et l'exploration des écosystèmes numériques.
- La définition et l'exploration des modèles d'affaires numériques.
- Les principales technologies numériques (l'intelligence artificielle, le machine learning, l'IoT et le blockchain).
- La mise en œuvre des technologies dans les processus commerciaux.

Travaux pratiques :

- quizz sur les concepts fondamentaux de la transformation digitale ;
- analyse de cas sur un écosystème digital.

3 : Analyser la digitalisation des processus métiers

- L'évaluation des compétences digitales des équipes commerciales.
- L'identification des besoins en formation et en recrutement.
- L'utilisation des outils numériques : ERP, CRM, Cloud, fichiers partagés, matériel numérique, etc.
- L'identification des forces et des faiblesses des pratiques actuelles.
- Le niveau de digitalisation des activités de marketing et de communication (site web, réseaux sociaux, acquisition de trafic et prospection).
- L'analyse des outils et des processus mis en place pour la conformité au RGPD
- L'analyse du retour sur investissement (ROI).
- L'évaluation du ROI (retour sur investissement) pour chaque outil déployé (abonnement, services et investissement matériel).
- Les recommandations pour optimiser les processus métiers de l'entreprise grâce au numérique.

Travaux pratiques :

- mini quiz de 5 questions ;
- analyse de cas sur la maturité digitale d'une entreprise.

4. Concevoir un plan de transformation numérique

- Les actions d'amélioration ou de mise en place d'outils de suivi administratif et commercial numériques.
- L'optimisation des actions webmarketing prospectives.
- La fixation du budget et des échéances.
- L'identification des interdépendances et la priorisation des actions.
- La gestion des actifs numériques et la planification de la stratégie numérique.
- L'identification, l'analyse, l'évaluation et le traitement des risques liés à la transformation digitale.
- L'identification des besoins en formation ou en recrutement en fonction du plan de transformation numérique prévu.

Travaux pratiques :

- mini quiz de 5 questions ;
- élaboration d'un plan de transformation digitale.

5. Mettre en œuvre des actions webmarketing

- La définition et l'importance des actions de webmarketing dans la transformation digitale
- Les types d'actions : référencement (SEO et SEA), email marketing et social media marketing.
- La définition des objectifs du parcours de l'utilisateur.
- L'identification des points de contact et des canaux d'acquisition.

- La création de pages d'atterrissage optimisées pour la conversion.
- La rédaction d'articles de blog et la publication sur les réseaux sociaux (SEO).
- La mise en place de campagnes publicitaires (SEA) avec Google Ads, Facebook Ads ou LinkedIn Ads.
- La création et la gestion des campagnes publicitaires.
- La définition des stratégies de fidélisation : email marketing, newsletters et programme de fidélisation.
- La collecte et le traitement des avis clients.

Travaux pratiques :

- mini quiz de 5 questions ;
- conception d'un parcours utilisateur type et analyse de cas sur la mise en place d'une campagne de fidélisation.

6. Mesurer les progrès de la transformation digitale des processus commerciaux

- La définition des indicateurs de performance (KPI).
- Les méthodes pour mesurer l'efficacité des actions de webmarketing.
- L'utilisation d'outils d'analyse de données avec Google Analytics ou des outils de CRM.
- L'analyse initiale des indicateurs de performance.
- L'identification des axes d'amélioration.
- Les techniques de suivi et de mesure des résultats d'une stratégie de transformation digitale.
- L'approche de la culture digitale et des outils de communication sur la stratégie de transformation digitale.

Travaux pratiques :

- mini quiz de 5 questions ;
- création d'un tableau de bord.

7. Clôture et préparation à la certification

- Synthèse de la formation, évaluation finale et session de questions-réponses.
- Conseils pour la préparation à l'examen de certification « Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation digitale en entreprise ».