
Programme de Formation

Stratégie digitale : piloter efficacement à l'ère du numérique

Organisation

Durée : 21 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique



Public visé

Dirigeants d'entreprise, responsables marketing ou communication, community Managers et Social Media Managers.



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les mutations induites par la transformation numérique dans les entreprises.
- Réaliser un diagnostic digital pour orienter les décisions stratégiques.
- Structurer une présence digitale cohérente sur les différents canaux.
- Concevoir une stratégie de contenu et de communication digitale efficace intégrant les apports de l'IA générative.
- Identifier les leviers d'acquisition et de fidélisation à travers le marketing digital multicanal.
- Accompagner le changement organisationnel dans le cadre d'une transition numérique inclusive et éthique.



Description

Jour 1

Matin : Comprendre la transformation digitale

Panorama des usages numériques : tendances et comportements des consommateurs.

Caractéristiques du digital : immédiateté, personnalisation, mobilité, désintermédiation, délinéarisation.

Impacts sur les entreprises, les métiers et les modèles économiques.

Émergence de nouvelles fonctions clés : CDO, CDO Data, DPO, UX/UI Designer, Responsable de l'inclusion numérique.

Après-midi : Communication digitale et storytelling

La communication omnicanale : intégrer les supports numériques à la stratégie globale.

La marque comme média : stratégie de brand content et marketing conversationnel.

Techniques de storytelling digital : narration, émotion, engagement.

Utilisation de l'IA générative (ex. ChatGPT) pour la production de contenus.

Cas pratiques : analyse de campagnes innovantes.

Jour 2

Matin : Réseaux sociaux et animation de communauté

Panorama des plateformes sociales : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, X (anciennement Twitter), Threads, BeReal.

Construire une ligne éditoriale adaptée à chaque canal.
Micro-influenceurs et stratégie d'engagement.
Animation et modération de communauté en temps réel.

Après-midi : Marketing digital et leviers d'acquisition

Conception de campagnes multicanales : email, display, SEO, SEA, content marketing, automation.
Utilisation avancée de Google Analytics 4 et Google Tag Manager.
RGPD et protection des données dans les campagnes digitales.
Suivi des conversions et optimisation des parcours clients.

Jour 3

Matin : Transformation digitale et conduite du changement

Identifier les freins et leviers à la transformation numérique.
Stratégies de conduite du changement : communication, formation, implication des parties prenantes.
Impliquer les clients et collaborateurs via co-création, crowdsourcing, crowdfunding.
Accessibilité numérique et prise en compte des publics éloignés du digital.

Après-midi : Modèles économiques et stratégie de contenu

Réinventer son business model à l'ère digitale : sources de revenus, coûts cachés, modèles hybrides.
Principe de la longue traîne et économie de l'abondance.
Exploiter l'IA et le Big Data pour adapter ses contenus et services.
Atelier pratique : élaboration d'une feuille de route digitale personnalisée pour son entreprise.



Prérequis

Aucun



Modalités pédagogiques

- Notre approche pédagogique repose sur une alternance entre apports théoriques opérationnels et mises en pratique directement issues du contexte professionnel des participants.
- Chaque thème traité s'appuie sur des études de cas concrets et des exercices pratiques, conçus spécifiquement à partir des situations réelles rencontrées dans l'environnement professionnel des stagiaires.
- Nos méthodes favorisent l'adaptation aux besoins de chaque participant afin d'optimiser leur engagement et leur apprentissage.
- L'animation privilégie une pédagogie active, favorisant les échanges, l'analyse réflexive des pratiques et une adaptation continue aux réalités professionnelles des participants.



Moyens et supports pédagogiques

- Des supports pédagogiques numériques adaptés au contexte professionnel sont remis aux participants.
- Dispositifs pédagogiques variés sont mobilisés tout au long de la formation (études de cas, exercices pratiques, travaux en sous-groupes, mises en situation, jeux pédagogiques) favorisant l'apprentissage actif, collaboratif et l'appropriation des contenus.



Modalités d'évaluation et de suivi

- Un QCM est réalisé en début et en fin de formation afin d'évaluer l'évolution des connaissances.
- Le suivi des stagiaires est assuré tout au long de la formation à travers des ateliers pratiques, des mises en situation et des échanges permettant d'évaluer leur participation et leur progression.

Une attestation individuelle de formation sera remise à chaque participant à l'issue de la formation.



Informations sur l'accessibilité

Si vous êtes en situation de handicap, ou si vous rencontrez une difficulté pouvant impacter votre participation à la formation, n'hésitez pas à nous contacter. Nous étudierons ensemble les aménagements ou adaptations pédagogiques, matérielles ou organisationnelles à mettre en place pour vous accompagner dans les meilleures conditions.