



Acculturation digitale - Première brique du processus de transformation

## Stratégie digitale - Défis de l'entreprise à l'ère numérique

4 jours (28h00) | ★★★★★ 5/5 | PMED-STRD | Évaluation qualitative de fin de stage |  
Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Digital & Multimédia > Culture digitale : réussissez la transformation numérique de votre entreprise > Acculturation digitale - Première brique du processus de transformation

Contenu mis à jour le 18/10/2024. Document téléchargé le 08/12/2024.

### Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Identifier les défis de l'entreprise à l'ère du digital
- Réaliser l'audit digital d'une organisation ou d'une marque et définir les étapes d'une transition réussie
- Définir ou redéfinir votre présence sur le Web, les applications mobiles et les réseaux sociaux.

### Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel\* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode\*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

\* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

\*\* ratio variable selon le cours suivi

### Prérequis

Aucun.

## Public concerné

Dirigeants, Chief Digital Officers, responsables marketing ou de communication, Community Managers.

## Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

# Programme

## Jour 1

### Comprendre la mutation digitale

- Etat des lieux des usages
- Caractéristiques :
  - Désintermédiation
  - Délinéarisation
  - Accessibilité
  - Instantanéité
  - Personnalisation
- Impact sur les marques, les entreprises et les modèles économiques
- Nouveaux métiers :
  - Chief Digital Officer
  - Chief Data Officer
  - Community Manager
  - Social Media Manager
  - Data Protection Officer...

### Communiquer à l'ère du digital

- Diffusion multicanal et multisupport
- La marque en tant que média
- Brand Content et Storytelling
- Approche participative, collaborative, expérientielle

## Jour 2

### Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux

- Facebook, X (ex Twitter), Instagram, chaînes YouTube, LinkedIn, TikTok : tour d'horizon
- Construire et animer des communautés
- Bonnes pratiques d'interaction

### Les leviers du marketing digital

- Mettre en oeuvre une campagne publicitaire digitale ou multicanal
- Outils d'acquisition et de fidélisation : référencement (SEO, SEA), emailing, newsletter, Display, Content Marketing
- Ciblage et tracking avec Google Analytics / Google Tag Manager

## **Jour 3**

### **Réussir sa mue digitale**

- Identifier les freins et leviers de la transformation digitale
- Conduite du changement au sein de l'entreprise
- Impliquer clients et consommateurs : co-création, crowdsourcing, crowdfunding

### **Repenser les modèles économiques**

- Identifier les opportunités, les coûts et les sources de revenus
- Typologie des modèles économiques

## **Jour 4**

### **Repenser les modèles économiques - Suite**

- Principe de la longue traîne (Long Tail)
- Du business model au business plan

### **Stratégie de contenus**

- Dimension participative : co-création, crowdsourcing, crowdfunding
- Contenus éditoriaux à l'ère du digital
- Enjeux et possibilités de l'Intelligence Artificielle et du Big Data

### **Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)**

- *Analyse et mise en situation de l'entreprise du stagiaire*
- *Création d'un planning d'optimisation de l'écosystème digital*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

### **Modalités d'évaluation des acquis**

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

### **Accessibilité de la formation**

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil PSH.

### **Modalités et délais d'accès à la formation**

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.