



Formations Multimédia › Médias sociaux et Webmarketing › Culture digitale

Découverte du phénomène de la digitalisation des entreprises

Durée 1 jour (7heures)

Certification Aucune

Modalité et moyens pédagogique Démonstrations – Cas pratiques – Synthèse

Objectifs pédagogiques

- Partager des notions et un vocabulaire commun autour du digital et des technologies Web
- Identifier les nouveaux usages et comportements induits par le digital et les évolutions technologiques
- Comprendre le contexte, les enjeux et processus de digitalisation de l'entreprise
- Déterminer les impacts et les bénéfices de la digitalisation pour les différentes entités de l'entreprise

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

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 émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

L'évolution du Web, du mobile et du digital

Les principaux acteurs du marché du Web.
Le cas particulier de Google.
Du Web classique au Web 2.0, puis 3.0
La démocratisation du mobile.
Les fonctionnalités actuelles : géolocalisation, paiement sans contact...
Les concepts de Mobile First, Responsive Design et Adaptive Design.
Les évolutions sociologiques : les comportements digitaux des générations X, Y et Z.

Les évolutions technologiques récentes

Les technologies sans contact : QR Codes, RFID et NFC.
L'impression 3D : vers une troisième révolution industrielle.
La réalité augmentée : ses usages et bénéfices.
L'intelligence artificielle et ses perspectives.
Le Cloud Computing : genèse et enjeux.
La Big Data : tendances et usages professionnels.
L'Internet of Everything (IoE) : panorama et tendances.
Les objets connectés : lunettes, montres, robots...
Les Smart Cities : leurs finalités et les acteurs concernés.
Les drones : des assistants de plus en plus utiles

Les apports généraux du digital pour tout dirigeant

Améliorer la traçabilité : GED, centralisation du système d'informations

Les nouveaux usages et comportements digitaux

Les apports du e-commerce dans les processus d'achat.
ROPO (Research Online Purchase Offline), SIBO (Search Instore Buy Online) et SOBI (Search Online Buy Instore).
L'économie participative et le Crowdfunding.
La domotique et la maison connectée.

La transformation digitale des entreprises

Le contexte, les enjeux et objectifs de la digitalisation pour l'entreprise.
Les conséquences et bénéfices de la digitalisation pour les entreprises et leurs collaborateurs.
La gestion de la dématérialisation avec les clients et les collaborateurs.

Les apports du digital pour la fonction RH

Le nouveau rôle du manager digital.
Le recrutement 2.0 via les réseaux sociaux.
Les outils et services aux collaborateurs : dématérialisation, e-services, Réseaux Sociaux d'Entreprises (RSE).
Les nouveaux modes de travail : télétravail, bureaux dynamiques, espaces de travail collaboratifs, BYOD...

Le digital et la fonction marketing

L'amélioration des campagnes marketing : connaissance client, ciblage et tracking.
Le marketing viral et le Buzz Marketing.
Le marketing mobile et le marketing de proximité.
La e-Réputation: définition, législation, gestion et enjeux