

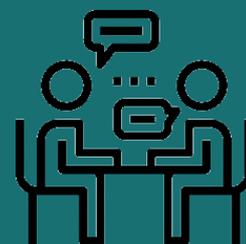
PROGRAMME DE FORMATION



**5 jours
de formation**



**Du XX au XX mois
année**



**Accompagnement
sur mesure**



Industrialconsulting.net



STRATEGIE, COMMUNICATION, MARKETING DANS LE MONDE DIGITAL

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre la digitalisation et ses enjeux (Qu'est-ce qui a changé ?)
- Comprendre l'impact de la digitalisation sur les processus métiers de l'entreprise
- Avoir une parfaite connaissance des objectifs de la stratégie d'entreprise, ses enjeux, sa démarche et ses répercussions sur les autres stratégies (Marketing, communication et commerciale)

PUBLIC CONCERNE

- PDG ou DG, Directeur et responsable digital, Directeur et responsable marketing, Directeur et responsable de la communication
- Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant acquérir des compétences dans le domaine du digital ou toute personne en réorientation professionnelle.

PRE-REQUIS

- Aucun

METHODES PEDAGOGIQUES



05 modules qui seront axés sur : le cadre général, la digitalisation et ses enjeux, la stratégie d'entreprise, la stratégie marketing et le monde digital, la stratégie de communication et le monde digital, l'évaluation de la stratégie marketing et de communication à l'aube de la digitalisation.



Des vidéos en lien avec le thème de formation, qui seront analysées, résumées et les différentes idées seront confrontées autour d'un débat.



Des quiz, des tests de connaissances, et une soutenance de projet par le stagiaire, pour la validation des compétences acquises.

ANIMATEURS (Intervenants)

- Coach – Formateur expert du GROUPE INDUSTRIAL CONSULTING

LIEU

- A définir

NOMBRE TOTAL DE JOURS

- 05 jours

COUT DE LA FORMATION

- 4800 € net / personne

« En cette période de COVID-19, toutes les dispositions seront prises par INDUSTRIAL CONSULTING pour le respect STRICT des mesures barrières durant toute la formation. Nous vous rassurons de tout mettre en œuvre pour le bon déroulement de la session. »

ENJEUX

En cette période de révolution numérique, la stratégie digitale est omniprésente dès qu'il est question de performance et de croissance de l'entreprise.

Les premières méthodes de marketing automation, c'est à dire toutes les techniques marketing automatisables comme la génération de lead, ont commencé à être déployées il y a moins de 10 ans. Comment faire pour formuler une stratégie et en définir une exécution précise et efficace si l'une des facettes de l'exécution est soumise à une évolution si rapide ?

Cette question de la transformation des organisations, et des effets de cette transformation sur les pratiques, représente le vrai point épineux. La stratégie digitale est si récente qu'elle pose des problèmes de formation et de formulation, car même si la stratégie digitale est une question de personnes, de gestion des individus et des relations inter-personnelles, le rapport de l'individu à la technologie ne peut pas être écarté.

Il est clair que la révolution digitale nous est un peu tombée dessus sans crier garde. Peu de dirigeants aujourd'hui peuvent dire qu'ils ont été formés à ses effets. L'inter-connectivité avec l'explosion des réseaux sociaux, les évaluations, les partages...; l'omniprésence des algorithmes, les moteurs de recherche, les recommandations, ... La notion de données elle-même a été affectée et avec elle les méthodes d'analyse, les différents modes de stockage de l'information, les modalités de circulation, ... La mobilité quant à elle, dont la vitesse de propagation surprend encore, a des conséquences stupéfiantes dans les mécanismes de prise de décision des consommateurs, affectant les stratégies des entreprises.

Compétences visées

- ✚ Maitriser les dernières tendances et innovations en matière de digital
- ✚ Optimiser les pratiques et améliorer les performances de vos actions en ligne
- ✚ Garantir le succès des projets digitaux transversaux au sein de votre structure
- ✚ Intégrer l'impact organisationnel du digital sur les différents services et métiers de l'entreprise

Le cours va aborder les modules suivants :

Module 1 : Généralités sur la notion de stratégie

Module 2 : La digitalisation des entreprises

Module 3 : La stratégie de digitalisation des entreprises

Module 4 : La stratégie marketing et la digitalisation

Module 5 : La stratégie de communication et la digitalisation

LANGUES

Langue principale : Français

APPROCHE METHODOLOGIQUE

L'approche méthodologique sera basée sur une contribution active du stagiaire. La dynamique de ce dernier sera exploitée pour créer une atmosphère favorable au travail. Le cours fera appel à l'expérience professionnelle du susnommé. Il a été conçu de manière à procurer à l'apprenant, les instruments nécessaires pour une meilleure satisfaction de ses atteintes. De façon concrète, il sera utilisé des techniques pédagogiques comme le brainstorming, les séances plénières, les études de cas, les travaux individuels. Un support de formation pédagogique est fourni aux participants au début pour le suivi de la formation et la prise de note efficace. Les formations que nous dispensons sont orientées « projet » car elles visent à mettre l'apprenant au centre de sa formation.

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

Le client reçoit le programme accompagné d'un devis précisant le montant (TTC) de la prestation, la période et le lieu de formation sous 15 jours.

Après acceptation du devis par le client, une fiche d'inscription est envoyée au client qui servira à valider l'inscription des stagiaires à la session de formation. Cette fiche nous est retournée signée avec l'accord de principe qui engage le client.

ACCESSIBILITE

Industrial Consulting prend toutes les dispositions nécessaires pour garantir l'accessibilité des formations dispensées aux personnes en situation de handicap. Nous restons à votre écoute pour étudier ensemble toute adaptation nécessaire en termes de modalités pratiques des supports ou d'aménagements des salles de formation. Si vous êtes en situation de handicap, veillez nous contacter à l'adresse contact@industrialconsulting.net de façon à envisager des solutions adaptées à votre situation.

ADEQUATION ET SUIVI DE LA PRESTATION PENDANT LA FORMATION

A la fin de chaque module, un exercice est réalisé sur la compréhension du module, par une synthèse faite par les stagiaires. Cette synthèse est analysée et débattu en groupe avec le formateur.

Les exercices sont donnés sous forme, de texte, d'audio, de vidéos... Des ateliers sous forme de jeux de rôle ou débat en petit groupe sont organisés pour l'implication de tous.

L'évaluation des résultats des acquis s'effectue à chaque séquence de la formation au travers des études de cas, présentation individuelle des travaux de synthèses, mises en situation professionnelle du stagiaire. En fin de formation, une évaluation à chaud est effectuée pour valider l'adéquation de la formation par rapport aux attentes de stagiaires.

PHASE DE SUIVI ET D'EVALUATION POST-FORMATION

Elle est activée après la formation et se focalise sur les projets professionnels et les plans d'action de progrès développés par le stagiaire. Ces plans d'action se traduisent par la mise en application de nouveaux acquis

dans le contexte professionnel du stagiaire. Le suivi des plans d'action de progression est à la fois pédagogique et évaluatif. Le processus s'effectue de façon collaborative par des sessions de télécoaching personnalisé sur demande du stagiaire et/ou de son manager.

Cette intervention respecte le rythme de l'avancement des actions faisant l'objet du projet professionnel du stagiaire ainsi que sur les résultats d'évaluation de la mise en application des acquis. Une évaluation, sur la base d'un questionnaire, est renseigné par recueil des informations collectées auprès du manager.

Le bilan des performances professionnelles du stagiaire s'effectue 6 mois après la session de formation pour valider la démarche du suivi intermédiaire et vérifier que le stagiaire a bien intégré le dispositif méthodologique transféré dans sa pratique professionnelle. Cette session en ligne vise également à évaluer les résultats des expériences réussies sur le plan des méthodes utilisées et les objectifs atteints.

Pour plus d'information ou souscription, vous pouvez nous consulter en écrivant à l'adresse contact@industrialconsulting.net.

PROGRAMME DETAILLE

Sujet	Journées	Horaires
<u>Accueil et présentation générale</u> <ul style="list-style-type: none"> • Tour de table (présentation du stagiaire et du consultant) • Présentation des objectifs de la formation et des enjeux • Présentation d'Industrial Consulting • Remise du sujet de recherche au stagiaire pour les travaux de recherche en vue d'une soutenance • Présentation de la méthodologie de recherche 	Jour 1 (Matin)	3 heures
<u>Introduction du thème</u> Évaluer et formuler les besoins L'identification des besoins en formation par rapport à l'évolution des métiers <u>Module 1 : Généralités sur la notion de stratégie</u> Point sur les thèmes de recherche Correction exercices Remise exercices	Jour 1 (Après-midi)	4 heures
<u>Module 2 : La digitalisation des entreprises</u> <ul style="list-style-type: none"> • Correction exercices du module 1 • Remise exercices • Travaux de recherche individuel (plan détaillé) 	Jour 2	7 heures
<u>Module 3 : La stratégie de digitalisation des entreprises</u> <ul style="list-style-type: none"> • Correction exercices • Séquences vidéos, audio + débat • Remise exercices 	Jour 3	7 heures

<p><u>Module 4</u> : La stratégie marketing et la digitalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correction exercices <p><u>Module 5</u>: La stratégie de communication et la digitalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fin du module 5 • Point sur les travaux de recherche 	Jour 4	
<p>Examen final</p> <p>Soutenances des projets</p>	Jour 5	



Service Administratif

contact@industrialconsulting.net



Service Comptabilité

compta@industrialconsulting.net