Transition digitale : l'impact sur les métiers

Séminaire de 2 jours - 14h
Réf : DIJ - Prix 2024 : 2 090€ HT

Le prix pour les dates de sessions 2025 pourra être révisé

La transformation digitale de l'entreprise, c'est d'abord l'intégration d'outils et de technologies numériques dans l'environnement de travail. Mais c'est aussi l'adoption de nouveaux comportements pour répondre efficacement aux évolutions des usages en Ressources Humaines, marketing ou relation client. Ce séminaire vous permettra d'acquérir les connaissances indispensables et vous apportera des éléments précis de compréhension du digital et de ses enjeux pour votre entreprise.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

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 le processus de digitalisation de l'entreprise

Déterminer les impacts et les bénéfices de la digitalisation pour les différentes entités de l'entreprise

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 06/2019

1) L'évolution du Web, du mobile et du digital

- L'évolution des systèmes informatiques et des réseaux de télécommunications : historique et dates clés.
- Les principaux acteurs du marché du Web. Le cas particulier de Google.
- La révolution numérique en chiffres.
- Du Web classique au Web 2.0 (réseaux et blogs).
- L'avènement du Web 3.0 : le Web sémantique.
- La démocratisation du mobile. Les fonctionnalités actuelles : géolocalisation, accéléromètre, paiement sans contact...
- Les principaux acteurs du marché et les différents systèmes d'exploitation : iOS, Android, Blackberry, Windows Phone...
- Les concepts de Mobile First, Responsive Design et Adaptative Design.
- Les évolutions sociologiques : les comportements digitaux des générations X, Y et Z.

2) 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...
- Le e-sport et la e-santé : le corps humain connecté.
- Les Smart Cities : leurs finalités et les acteurs concernés.

PARTICIPANTS

Dirigeants d'entreprise, managers, responsables communication, responsables marketing et toute personne souhaitant faire un point sur les enjeux du digital pour son entreprise.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

3) 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).
- Les Digital Shoppers et les Uber Digitaux.
- L'économie participative et le Crowdfunding.
- La domotique et la maison connectée.

4) 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.
- L'expérience client enrichie, multicanale et cohérente.
- L'importance croissante du recueil des avis clients et de l'analyse de leurs comportements.

5) Les apports du digital pour la fonction RH

- Les impacts du digital sur l'évolution des métiers et des fonctions dans l'entreprise.
- Le nouveau rôle du manager digital.
- Le recrutement 2.0 via les réseaux sociaux.
- La e-formation et ses déclinaisons : e-learning, Serious Games, classes virtuelles...
- Les outils et services aux collaborateurs : dématérialisation, e-services, réseaux sociaux d'entreprises.
- Les nouveaux modes de travail : télétravail, bureaux dynamiques, espaces de travail collaboratifs...

6) Le digital et la fonction marketing

- L'amélioration des campagnes marketing : connaissance client, ciblage et tracking.
- Le référencement payant (SEM : Search Engine Marketing).
- Le référencement naturel (SEO : Search Engine Optimization).
- Le marketing viral et le Buzz Marketing.
- Le marketing mobile et le marketing de proximité.
- La e-réputation: définition, législation, gestion et enjeux.
- Les évolutions du e-commerce : omni-canal, cross-canal, cross-cell...

7) La relation client et la distribution à l'ère digitale

- Les évolutions de la relation client.
- L'émergence du Social CRM : enjeux et marché.
- Les modèles Click to Call, Call Back et Click to Chat.
- Le concept SoLoMo (Social Local Mobile).
- L'évolution du e-commerce et les nouveaux canaux de vente.
- Les acteurs du e-commerce et les attentes de consommateurs.
- La grande distribution : état des lieux et perspectives.
- Le Digital Retail : drive pour la grande distribution, les sites e-commerce, etc.
- Les modèles omni-canal, cross-canal (Web2Shop, Shop2Web), multi-canal et cross-cell.

8) Les impacts du digital sur le Système d'Information

- L'agilité du SI : flexibilité, réutilisation et mutualisation.
- L'architecture cross-canal du SI.
- La vision client 360°.
- Le 100% dématérialisation.
- Le Digital Asset Management.
- Le Cloud Computing : offres de service et modes de déploiement.
- Le BYOD (Bring Your Own Device) et ses implications pour l'entreprise.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2024 : 10 déc.

2025 : 03 juin, 07 oct.

PARIS
2024 : 03 déc.

2025 : 01 avr., 30 sept.