



Parcours certifiant responsable transformation digitale

Piloter la transformation digitale de son entreprise - Chief digital officer

À l'issue de ce parcours, vous serez en mesure de mener à bien vos nouvelles missions de Chief Digital Officer et de piloter la mutation digitale de votre entreprise.

MODULE 1 | 3 jours

Construire sa vision stratégique de la transformation digitale

Appréhender l'impact business de la transformation digitale

- Comprendre les enjeux de la transformation digitale et de l'omnicanalité.
- Comprendre l'évolution des attentes clients et l'importance de placer le client au cœur de son dispositif.
- S'approprier le rôle des technologies digitales.
- Identifier les ruptures induites par le digital, leurs impacts sur les business models.
- Démythifier les buzzwords digitaux.

Déterminer l'impact de la transformation digitale sur son entreprise

- Comprendre la transformation des organisations.
- Cerner les problématiques et attentes de la direction générale, des directions opérationnelles et des ressources.
- Comprendre les nouveaux métiers du digital : Chief Data Officer, UX Designer, ... Prendre conscience de la convergence des métiers.
- Intégrer les apports des générations Y et Z et faciliter leur intégration dans les équipes.

Établir les enjeux stratégiques pour mener cette transformation digitale

- Comprendre les rôles du Chief Digital Officer en entreprise et ses compétences clés.
- Influencer le plan stratégique de l'entreprise.
- Favoriser la collaboration transversale.

- Travailler en collaboration avec l'IT, le commercial, le marketing.
- Intégrer le changement permanent.
- Faire un diagnostic du degré de maturité de l'entreprise face à la transformation digitale.

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation
- Les nouveaux métiers de la révolution digitale
- Arnaud, mon métier de Chief Digital Officer

MODULE 2 | 4 jours

Déployer une stratégie globale de transformation digitale dans son entreprise

Accompagner la transformation digitale par la gestion de projet

- Maîtriser les bases de la gestion de projet.
- Pratiquer le management collaboratif et agile et diffuser une culture start-up.
- Simplifier les process de travail pour accélérer les prises de décision.
- Comprendre l'importance de la donnée et de la mesure permanente.
- Mettre la data au service de l'innovation.
- Mettre en place une collaboration étroite avec la DSI.
- Impliquer le comité de direction et les managers.
- Procéder par itération : le test & learn.
- Réussir ses projets digitaux : does & don'ts.

Mettre en place une culture de l'innovation

- Le digital comme source d'innovation : repenser son business model.

- Mettre en place une culture d'innovation permanente.
- Placer le client au cœur du dispositif et pratiquer le codéveloppement.
- Animer des communautés internes.
- Pratiquer l'open innovation.
- Proposer des technologies utiles à chaque métier.
- Identifier les compétences digitales clés et accompagner leur développement.

MODULES DISTANCIELS

- La data : nouvel or noir de l'économie ?
- Les nouveaux modes d'innovation

MODULE 3 | 4 jours

Impulser la digitalisation des pratiques marketing de son entreprise

Actionner les leviers clés du marketing digital

- Mettre le client au cœur de la stratégie marketing digital.
- Construire un plan marketing digital en mixant les différents leviers : Paid Media, Owned Media et Earned Media.
- Multiplier les points de contact : penser omnicanal et mobile-first.
- Mettre la data au service de sa stratégie.
- Piloter l'activité digitale au quotidien.
- Pratiquer le growth hacking : tester en permanence et disrupter ses pratiques.
- Piloter des KPIS, optimiser sa performance digitale.

Optimiser la performance de son site web

- Booster son trafic grâce au référencement.
- Optimiser l'entonnoir de conversion et améliorer le parcours utilisateur.

- Convertir ses visiteurs en acheteurs : UX design, e-merchanding et A/B testing.
- Mettre en place des dispositifs de fidélisation.
- Mesurer et optimiser la performance : utiliser un webanalytics et piloter par le ROI.

MODULES DISTANCIELS

- Qu'est-ce que le digital a changé au marketing ?
- Pourquoi faut-il travailler son référencement naturel, le SEO ?

MODULE 4 | 4 jours

Enrichir la communication de son entreprise à l'ère du digital

Favoriser l'utilisation des réseaux sociaux

- Identifier les médias sociaux pertinents pour son entreprise et ses marques.
- Mettre en place une stratégie globale et s'adapter aux opportunités de chaque réseau social.
- Dialoguer avec les internautes et développer sa communauté.
- Pratiquer le social selling.
- Piloter son identité numérique et sa e-réputation.

Diversifier et digitaliser les canaux de communication

- Développer son influence : mettre en place une stratégie de content marketing.
- Combiner les contenus/cibles/canaux/formats/fréquence.
- Transformer ses contenus en source de trafic.
- Élaborer et déployer un plan média on-line.
- Adapter son écriture au web.

PERFECTIONNEMENT

Code : CDOW

- 🕒 15 jours - 105 heures
- 💰 Prix HT : 8100 € (repas inclus)

PARCOURS CERTIFIANT

Code : CERTCDOW

- 🕒 16 j - 112 h
- 💰 Prix HT : 9180 € (repas inclus)



*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP)

Chief digital officer attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ – OPQF.

PLANNING**Paris**

- 20 au 22 mars 2019
- + 16 au 19 avril 2019
- + 21 au 24 mai 2019
- + 24 au 27 juin 2019
- + 28 juin 2019 (option certifiante)

- 17 au 19 juin 2019
- + 15 au 18 juillet 2019
- + 9 au 12 septembre 2019
- + 7 au 10 octobre 2019
- + 11 octobre 2019 (option certifiante)

- 18 au 20 novembre 2019
- + 10 au 13 décembre 2019
- + 20 au 23 janvier 2020
- + 17 au 20 février 2020
- + 21 février 2020 (option certifiante)

Journée de préparation à la certification (1 jour)

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !
01 43 72 64 00 • inscription@ism.fr

OBJECTIFS

- S'approprier toutes les facettes de la fonction et des missions du Chief Digital Officer.
- Piloter la transformation digitale dans son entreprise.
- Exploiter tous les leviers du marketing digital au service de la stratégie et des marques.

PRÉREQUIS

Avoir une culture et une appétence digitales.

PUBLIC CONCERNÉ

Nouveaux Chief Digital Officers ou toute personne souhaitant acquérir les compétences lui permettant d'avoir un impact positif sur la transformation digitale de son entreprise.

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation

Distanciel

Quiz amont

Présentiel

Journée en présentiel

Distanciel

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants
e-évaluation
Classes virtuelles
Modules vidéo