

**Durée**

2 jours soit 14 heures

**Objectif(s)**

Identifier les différentes composantes d'une entreprise digitale  
Sensibiliser les décideurs à l'importance du digital dans l'entreprise  
Définir les opportunités du digital pour l'entreprise  
Intégrer les opportunités du digital dans les processus d'innovation  
Comprendre et appliquer les modèles du management de l'entreprise digitale

**Public visé**

Ce programme s'adresse à tous les professionnels des studios et agences ou des bureaux d'études, ainsi qu'à tous ceux dont les travaux intègrent des tracés, dessins et illustrations.

**Prérequis**

Aucun

**Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement**

Pour les formations dans nos locaux : salles de formation mises à disposition des stagiaires équipées d'ordinateurs portables, d'un vidéo projecteur et d'un tableau photocopieur.

- Séances de formation en présentiel
- Etudes de cas concrets
- Exposés théoriques

La formation sera dispensée par l'un de nos formateurs ayant une expérience minimum de 15 ans et possédant un diplôme relevant de la connaissance du domaine enseigné et une formation au métier de formateur ou son équivalent.

**Méthodes pédagogiques**

Le programme sera adapté et personnalisé, avant chaque session, nos intervenants font un tour de table afin de connaître les besoins de chacun et orienter la formation en fonction de leurs attentes et ainsi atteindre leurs objectifs.

Un contrôle d'évaluation continu est effectué tout au long de la formation à l'aide d'exercices pratiques  
Support de cours au format PDF est remis à chaque participant en fin de session.

**Validation**

Attestation individuelle de fin de formation.

## Contenu détaillé de la formation

---

**■ CERNER LES ENJEUX DE LA TRANSFORMATION DIGITALE DE L'ENTREPRISE**

- Comprendre la révolution digitale
- Clarifier ses enjeux avant de se lancer
- Définir le terme digital
- Analyser les tendances d'une économie en mutation
- Démarrer avec le premier stade de la transformation numérique
- Clarifier le rôle des technologies digitales : mobiles, médias sociaux, cloud computing, objets connectés
- Etudier le stade intermédiaire
- Viser la convergence des fonctions marketing, vente, relation-client (vision 360° et multicanal).
- Sécurité, digital workplace
- Cerner les enjeux de la transformation digitale

### ■ **DEFINIR LA STRATEGIE DU BIG DATA**

- Evaluer l'indice de confiance de la donnée
- Combiner l'indice de confiance de la donnée
- Combiner les données et l'analytique
- Définir la stratégie client-data-produit du big data
- Utiliser les algorithmes du big data
- Découvrir la transformation des métiers

### ■ **IDENTIFIER ET DEVELOPPER LES NOUVELLES COMPETENCES DIGITALES**

- Intégrer l'évolution et l'apparition de nouveaux métiers : Community Manager, Chief Data Office, Data Scientist
- Favoriser l'utilisation des médias sociaux, des outils collaboratifs, du réseau social de l'entreprise

### ■ **ELABORER ET DEPLOYER UNE STRATEGIE DIGITALE**

- Les stratégies de transformation digitale : globale, par étape et par fonction