

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.

Les participants seront en mesure d'appliquer un savoir et d'utiliser un savoir-faire pour exécuter des tâches et résoudre des problèmes. Ils seront capables de mettre en œuvre des savoir-faire dans des situations de travail pour leur développement professionnel ou personnel.

Modalité Evaluation

Un questionnaire d'évaluation est à nous retourner avant toute inscription

Prérequis

Aucun.

Personne en charge de la relation avec les stagiaires

Référente pédagogique et référente handicap : Françoise LUBOINSKI, 03.44.05.65.15

Moyens techniques et d'encadrement

Pour les formations dans nos locaux : salles de formation mises à disposition des stagiaires isolées du bruit, équipées d'ordinateurs portables, d'un vidéoprojecteur et d'un tableau blanc. Nos locaux sont accessibles pour accueillir les personnes à mobilité réduite.

Si la formation a lieu dans vos locaux, le lieu de formation mis à disposition devra être en adéquation avec la formation

Votre formateur a la maîtrise du logiciel enseigné avec une expérience minimum de 15 ans, il possède un diplôme dans ce domaine et une formation au métier de formateur ou son équivalent.

Méthodes et moyens pédagogiques et d'évaluation des acquis

Séances de formation en présentiel ou en distanciel.

Le programme est adapté et personnalisé, avant chaque session, nos intervenants font un tour de table afin de connaître les besoins des participants et orienter la formation en fonction de leurs attentes et les accompagner pour atteindre leurs objectifs.

Nos formateurs adaptent une pédagogie très progressive en proposant aux stagiaires des exercices pratiques qui leur sont remis et qui portent sur des cas concrets, tous les sujets sont ainsi traités. Ces exercices permettent un contrôle d'évaluation continu, de vérifier l'évolution des apprenants et de mesurer leurs acquis tout au long de la formation.

Support de cours au format PDF est remis à chaque participant en fin de session.

Modalités et délai d'accès

Pour accéder à cette formation, merci de contacter Madame LUBOINSKI Françoise au 03.44.05.65.15
Un questionnaire d'évaluation vous sera adressé afin de confirmer votre niveau.
Votre inscription pourra se faire minimum 48 heures avant la date de votre formation

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

■ Définir la stratégie 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 développer les nouvelles compétences 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 déployer une stratégie digitale

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