

# L'ARGUS

## de l'assurance

### ■ ■ ■ Formations

#### CDA - COMMENT ORIENTER UN INTERLOCUTEUR SUR LES DIFFÉRENTS OUTILS NUMÉRIQUES D'INTERACTION DE L'ENTREPRISE – SITE WEB OU APPLICATION MOBILE

Classe virtuelle

3H30 EN CLASSE VIRTUELLE (3 X 70 MN), 20 MIN EN E-LEARNING

CERTIFICAT DIGITAL ASSURANCE (CDA)

CODE : WOBV05

#### Objectifs de la formation

- Comprendre les composantes de l'« écosystème » digital de leur entreprise : site Internet, application mobile, médias sociaux
- Savoir comment accompagner les clients dans le bon usage des services et fonctionnalités proposés sur les canaux digitaux

#### Animée par

- DENIAUD Cédric  
Expert reconnu du numérique depuis 15 ans,

Retrouvez les modalités pédagogiques et techniques, les moyens d'encadrement et d'accompagnement [ICI](#)

**Une formation composée  
d'une session en classe  
virtuelle de 3x70min et d'un  
module e-learning de 20 min**

## Public concernés

- Tout public, notamment les téléconseillers et web conseillers

## Dates

- Paris  
02-16/12/2019

## Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

## Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

## Modalités pédagogiques

- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants.
- Les modules des cursus se déroulent en présentiel ou en classe virtuelle avec un équilibre théorie / pratique. Chaque fois que cela est pertinent des études de cas et des mises en pratique ou en situation sont proposées aux stagiaires.
- Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics.
- Chaque module se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session.
- Une auto-évaluation des acquis pré et post formation, sur chaque module, est effectuée en ligne afin de permettre au stagiaire de mesurer sa progression individuelle tout au long du cursus.
- Le cursus est sanctionné par un certificat remis sous réserve de l'obtention du score minimal cumulé de l'épreuve écrite et de l'épreuve orale.

- Lors de la validation de votre inscription, vous recevrez un lien vers l'accès au(x) module(s) e-learning associé(s)

## COMMENT ORIENTER UN INTERLOCUTEUR SUR LES DIFFERENTS OUTILS NUMERIQUES D'INTERACTION DE L'ENTREPRISE – SITE WEB OU APPLICATION MOBILE (CLASSE VIRTUELLE)

### Module 1 - Les usages digitaux des clients

- Comprendre les profondes modifications de la relation client : prospection, innovation, développement de services, fidélisation des clients, etc.
- Maîtriser les nouvelles fonctionnalités des sites internet: avis clients, compte client, coffre-fort numérique, etc.
- Identifier les nouveaux usages clients et prospects en phase de recherche: mobile, recherche, comparaisons, avis client, réseaux sociaux...
- Déterminer les nouveaux usages clients dans l'utilisation des services : objets connectés, archivage d'informations en ligne, relation en temps réel, etc.

### Module 2 - Accompagner le client sur le site Internet

- Comment guider un internaute sur un site internet
- Quels sont les points de vigilance de votre discours
- Exemple de parcours types

### Module 3 - Accompagner le client sur l'application mobile de l'entreprise

- Une évaluation à froid du cursus sera effectuée de façon systématique à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

## Tarifs

- Tarif général  
- Classe virtuelle \_\_\_\_\_ 320,00 €HT

- Exemple de parcours types
- Comment guider un internaute sur une application mobile
- Quels sont les points de vigilance à avoir dans le discours

---

## Modalités pédagogiques

- Le formateur fait défiler le support en le commentant ou en parlant devant la caméra. Il peut faire des démonstrations d'outils informatiques, faire travailler ses stagiaires dans une application partagée ou aller sur internet via le partage du navigateur. Il peut soumettre aux participants des évaluations, des sondages.
- Les participants écoutent et peuvent : poser ou répondre à des questions sur le « chat » ou de vive voix.

---

## RECHERCHER L'INFORMATION GRACE AU DIGITAL (MODULE E- LEARNING 1)

### Disposer d'un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique – Veille et information

- Comment rechercher l'information, quels outils utiliser ?
- Partager sa veille
- Utiliser un moteur de recherche, Google et les médias
- Focus sur l'information collaborative, Wikipédia, les réseaux sociaux, groupes Facebook
- Flux RSS, alertes personnalisées, newsletters...
- Comment mesurer la fiabilité d'une information

---

## Une formation sous forme de vidéos et de quizz

- Modalités techniques : durée de 20 minutes pour le module. Consultation de vidéos et réponses à des questions en lien vers le contenu
- Accès au module de E-learning via la plateforme 360Learning. Module accessible pendant 1 mois à partir de la réception de l'invitation de connexion

---

## DECOUVRIR ET UTILISER LE WEB MOBILE (MODULE E-LEARNING 2)

### Connaître les tendances et les chiffres clés du web mobile, usages du smartphone

- La formation aborde successivement les chiffres, les tendances et les usages du mobile aujourd'hui.
- Chiffres clés de l'usage du mobile en France : 70% des français ont un smartphone, qu'ils consultent en moyenne 10 fois / heure. Plus de 50% du trafic web total vient du mobile.
- Tendances mobile : objets connectés, révolution de la 5G, le nouveau marketing mobile, M-commerce, internet des objets (IoT)
- Vie privée & sécurité
- Applications mobiles : nouveaux usages, installation, et accompagnement des clients

---

### Une formation sous forme de vidéos et de quizz

- Modalités pédagogiques et techniques : Durée de 20 minutes pour le module. Consultation de vidéos et réponses à des questions en lien vers le contenu
- Accès au module de E-learning via la plateforme 360Learning. Module accessible pendant 1 mois à partir de la réception de l'invitation de connexion

## MAITRISER LES PLATEFORMES DE MARQUES (MODULE E-LEARNING 3)

### Disposer d'un premier niveau d'acculturation à l'univers du numérique – Plateformes de marques

- Quelles sont les plateformes de ma marque? Pourquoi bien communiquer sur ces plateformes, comment?
- Les plateformes de marque : site internet, blogs, forums, réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn)
- Notion d'ambassadeur de marque
- Introduction au social selling

---

### Une formation sous forme de vidéos et de quizz

- Modalités pédagogiques et techniques : durée de 20 minutes pour le module. Consultation de vidéos et réponses à des questions en lien vers le contenu
- Accès au module de E-learning via la plateforme 360Learning. Module accessible pendant 1 mois à partir de la réception de l'invitation de connexion