

CONDUIRE LA TRANSFORMATION DIGITALE

de votre service, de votre entreprise

2 JOURS, 14 HEURES

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

CODE : UDTD02

Objectifs de la formation

- Savoir comment engager une rupture créatrice de valeur et éviter les pièges ou enlisements inhérents au changement
- Vous approprier les clés de succès d'une transformation digitale : méthodes, outils, rythme et mesures d'accompagnement, tableaux de bord...
- Définir la réserve de croissance interne et le niveau de compétences nécessaire au sein de votre organisation

Animée par

- **Marchal Christine**
Consultante en stratégie et management,
MANABILITY

Public concernés

- Managers
- Directeur général
- Directeur de la stratégie
- Directeur innovation, R&D
- Directeur Marketing
- Directeur Digital, CDO
- Tout Directeur de service susceptible de devoir opérer sa transformation digitale

Dates

Critères d'admission

Accueil des participants

**JOURNÉE 1 : IDENTIFIER LES ÉTAPES CLÉS
D'UNE TRANSFORMATION DIGITALE**

Autodiagnostic de votre culture digitale et de la maturité de votre organisation

- Pratique d'un exercice introductif permettant à chacun de se positionner par rapport à la transformation digitale et sa propre expérience du digital

Vérifier votre niveau de culture technologique : les indispensables

- Connaître les différentes technologies ou modèles technologiques supportant le développement du business digital : l'exemple des GAFAs ou des entreprises « disruptives » du moment
- Les nouvelles technologies et les usages associés : cloud, big data, réseaux sociaux, mobile
- Comment accompagner la révolution des usages et faire face à la nécessité de les suivre (Data Management)

- 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

- Un questionnaire préalable sera envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques, et sera transmis au(x) formateur(s) avant la formation
- Tous nos stages de formations sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants
- Les formations sont déroulées en présentiel ou en classe virtuelle et étayées, chaque fois que cela est pertinent, d'études de cas et de mise en pratique ou en situation
- Un formulaire d'évaluation du formateur et du déroulé du programme suivi sera proposé aux participants à la fin du stage

- Anticiper les prochaines innovations : objets connectés, nanotechnologies, etc.

Comprendre les nouveaux usages digitaux et leurs conséquences

- Saisir les nouvelles interactions avec les clients à travers les nouveaux modèles de vente : l'importance du time to market et de la gestion en temps réel des besoins des clients, la nécessaire continuité et cohérence de l'expérience des clients sur tous les canaux de relation, web et physique (omnicanal)
- Mesurer le poids croissant du client dans le développement des produits/services : la reprise de pouvoir des clients dans leurs actes d'achats, l'évolution permanente des produits/service
- Une nouvelle obligation qui en découle : gérer votre e-réputation
- Les nouvelles composantes du mix marketing : les fondements du marketing digital et l'impératif d'agilité

Déjeuner

Quels sont les leviers d'actions et les risques propres au monde digital

- Les 7 critères de vulnérabilité des organisations digitalisées
- Risques, freins, menaces : humains, économiques, juridiques et concurrentiels
- Les nouveaux enjeux, codes, processus du monde digital : comment identifier les impacts sur votre organisation
- Les 4 leviers d'innovation possibles

Comment actionner les différents leviers d'innovation vers le digital

- Pratiquer l'open innovation
- Collaborer avec des start-up
- « Innover au frontière de l'empire » : transformer toute l'entreprise ou insuffler l'innovation à des endroits ciblés
- Libérer la créativité dans votre organisation et la canaliser

Fin de journée

JOURNÉE 2 : ELABORER ET FAIRE VIVRE VOTRE PLAN DE TRANSFORMATION DIGITALE

Accueil des participants

Maîtriser les impacts organisationnels du digital

- Les caractéristiques pour réussir : agilité, réactivité, veille, anticipation
- Appréhender les nouveaux modèles de coopération et de création de valeur
- Faire évoluer le management de votre organisation : identifier et définir la réserve de croissance et les nouvelles compétences nécessaires pour réussir
- Faire de l'existence des gaps générationnels dans votre équipe une opportunité pour votre transformation digitale

Reconsidérer vos choix organisationnels : vers un éco système digital

- Agir sur tous les leviers : management, produits, services, systèmes de ventes, politique RH, stratégie d'innovation, stratégie de partenariat ou coopération,...
- Comment piloter ces indicateurs et chantiers

- Le process de conduite du changement : comment insuffler la culture inhérente au développement numérique, le changement agile et permanent

Déjeuner

ATELIER Transformation digitale

- A partir des concepts et outils présentés pendant la formation, chaque participant sera amené à travailler sur les différents leviers qu'il pourrait actionner dans son organisation, les freins qu'il devra surmonter et les croyances qu'il faudra combattre.
- Il réfléchira à des chantiers concrets de management et d'organisation (KPIs, tableaux de bord/reporting, système d'incentive/de rémunération/d'évaluation, développement/acquisition de compétences).
- Il déterminera également comment transformer lui-même ses comportements pour incarner la transformation digitale souhaitée.
- Chaque stagiaire partira avec sa « feuille de route digitale », qui pourra lui servir de lignes directrices.
- La formatrice utilisera à la fois ses compétences en coaching collectif, individuel et en pédagogie pour personnaliser au maximum cet atelier.

Fin de journée
