

Construire sa stratégie digitale

Filière : **Transformation & Marketing digital** Sous-filière : **Transformation digitale**

RÉFÉRENCE
STDIG1

DURÉE
2 JOURS (14H)

PRIX UNITAIRE HT
1 150 €

Description

Construire une réelle stratégie digitale est devenue aujourd'hui incontournable pour n'importe quelle entreprise ou administration. Mais par quoi commence-t-on ? Qui doit décider de cette stratégie ? Comment s'assurer d'être sur tous les supports, sur tous les canaux, là où les clients sont, en proposant un message ou des services homogènes quel que soit le canal ? Comment réunir tous les métiers autour d'une stratégie unique et globale ? Comment être certain d'atteindre tous ses objectifs, qu'ils soient business, d'image, de notoriété, de positionnement, de relation client ? Et en interne : comment digitaliser les outils à destination des collaborateurs, optimiser la productivité et la fiabilité des actions menées ? Cette formation vous apportera de la visibilité sur les étapes indispensables à la construction d'une stratégie digitale et performante

Objectifs pédagogiques

- Appréhender l'écosystème digital et l'impact de la mise en place d'une stratégie digitale
- Maîtriser les étapes indispensables à la construction de celle-ci
- Valider la pertinence des outils digitaux à développer et les objectifs associés
- Mettre en place les bons indicateurs pour mesurer la performance de chacune de leurs actions

Public cible

Direction Générale, Direction commerciale, Direction Marketing, Responsable digital, Community manager, Responsable E-CRM

Pré-requis

Connaissance et pratique de base du web

Modalités d'évaluation

OXiane Institut

98 avenue du général Leclerc
92100 Boulogne-Billancourt

RCS Nanterre 430 112 250 000 21 / Code NAF 6202A
Organisme de formation N° 11 92 16 52 492

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

Méthodes pédagogiques

50 % théorie / 50 % pratique

Programme de la formation

Objectifs et enjeux d'une stratégie digitale

Objectifs d'une stratégie digitale

- Définition : de quoi parle-t-on exactement ?
- Stratégie d'entreprise
- Déclinaison opérationnelle
- Objectif du maillage digital : cartographie des mes outils digitaux, mobiles, physiques ou print
- Spécificités d'une stratégie digitale Corporate
- Spécificité d'une stratégie produits (marque)/ de vente

Enjeux d'une stratégie digitale

- Enjeux business, commerciaux, de vente, de productivité
- Enjeux d'image (communication, positionnement, image de marque)
- Impact sur les métiers : SI, logistique, marketing, communication
- Synergie avec les supports mobiles
- Omni canalité
- Mobilité/magasins physiques/ print

Focus

L'étude des cibles, étape indispensable pour une stratégie digitale orientée client

- Qui sont mes clients, mes prospects, quelle segmentation dans mon portefeuille client ?
- Description des différentes méthodes d'interrogation des cibles :
- Etudes des données, datamining, connaissance client
- Questionnaire de satisfaction
- Enquête en ligne auprès de mes clients
- Observation in situ • Analyse des statistiques de mon site
- Comment en tirer des enseignements pour ma stratégie digitale
- Retour d'expériences sur des techniques d'interrogation de mes cibles

OXiane Institut



Connaissance du marché et du contexte concurrentiel

- Méthode de benchmark concurrentiel
- Analyse de la pression digitale de mes concurrents
- Benchmark et positionnement stratégique de mon offre/ mon entreprise parmi mes concurrents : Comment se différencier de mes concurrents ?

Stratégie d'entreprise

- Décliner sa stratégie d'entreprise en stratégie digitale
- Obtenir le consensus de mes équipes, prioriser les actions ou orientations stratégiques
- Méthode de brainstorming
- Le site e-commerce dans la stratégie digitale d'entreprise

Méthodologie de construction d'une stratégie digitale

Les 5 étapes clés en détail

- Analyse de l'existant marketing
- Analyse des cibles, segmentation et besoins spécifiques
- Benchmark concurrentiel et analyse de la présence digitale concurrentielle
- Définition des objectifs digitaux
- Déclinaison des outils digitaux, KPI et de la stratégie
- Ecriture de la roadmap digitale

Cas pratique

- Exercice autour de la stratégie digitale de l'organisation/ entreprise des participants

Qualité

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, nous contacter en cas de besoin d'informations complémentaires.



Programme mis à jour le **29 février 2024**