Beforma
VIVEZ LA FORMATION AUTREMENT !

FRANCE compétences
CERTIFICATION
enregistrée au Répertoire spécifique

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION

ID : MDBE06

CONCEVOIR ET METTRE EN ŒUVRE UN PLAN DE TRANSFORMATION DIGITALE EN ENTREPRISE

A distance | 35h | 1 225€ | Accessible à tous | Délais d'accès : 14 jours

Certification | Inscrite au Répertoire Spécifique : RS 6242
Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation digitale en entreprise

POINTS FORTS

Nos organisations sont bien souvent démunies face à des technologies et des usages digitaux qu'elles ne maîtrisent pas, qui paraissent obscurs, coûteux et chronophages. La transition numérique est pourtant un vecteur de compétitivité et de croissance. Et le premier pas vers une transformation digitale réussie consiste tout simplement à comprendre les enjeux digitaux qui impactent une organisation.

C'est pour cette raison que nous avons décidé de vulgariser le sujet digital via un module de formation pragmatique de 5 jours. Comprendre les enjeux, appréhender les outils et les usages, être en mesure de faire le point sur sa propre situation digitale et élaborer une vision d'évolution digitale cohérente constituent les premiers pas sur le chemin de la transition numérique.

Cette formation (avec option certification) est adossée à la certification "Concevoir et mettre en œuvre un plan de transformation digitale en entreprise" éligible au titre du Compte Personnel de Formation (CPF) sous le numéro RS 6242 au répertoire spécifique.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Compétence 1 : Effectuer l'audit des processus commerciaux d'une entreprise
- Effectuer l'audit des processus commerciaux d'une entreprise, en analysant les outils de suivi commercial, administratif, marketing et de communication, ainsi que leur utilisation, afin d'identifier la maturité digitale de l'organisation des forces de vente.
- Compétence 2 : Concevoir une feuille de route de la transformation digitale des processus commerciaux,
- Concevoir une feuille de route de la transformation digitale des processus commerciaux, en sélectionnant les outils adéquats, en abordant le caractère transverse de sa mise en œuvre et en y associant budget et calendrier de réalisation, afin d'organiser son exécution.
- Compétence 3 : Mettre en œuvre des actions visant à l'amélioration de l'efficacité commerciale
- Mettre en œuvre des actions visant à l'amélioration de l'efficacité commerciale, en digitalisant les outils de suivi administratif et commercial, en développant la prospection digitale et en utilisant les actions webmarketing adaptées aux ressources et besoins de la structure, afin de conduire le projet de transformation digitale des processus commerciaux de l'entreprise.
- Compétence 4 : Mettre en place des critères de mesure de la transformation digitale des processus commerciaux permettant, en cas de besoin, l'ajustement des outils, des actions webmarketing, du calendrier et du budget afin d'améliorer de manière continue l'efficacité commerciale d'une entreprise.

Date de mise à jour : 20-02-2023

Cette certification s'adresse aux directeurs commerciaux et à leurs managers d'équipe commerciale, aux responsables commerciaux et à leurs assistants, ainsi qu'à tout collaborateur de TPE/PME en charge de la relation client et/ou de la communication et du marketing de leur structure

POUR QUI ?

La certification s'adresse à des professionnels issus de TPE ou PME, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mails, traitement de texte, paiement en ligne...)

PRÉ-REQUIS

OBJECTIFS

- Analyser la digitalisation des processus commerciaux d'une entreprise
- Améliorer la productivité des services commerciaux grâce à la mise en oeuvre d'outils numériques
- Formaliser des tunnels de vente multicanal et penser l'acquisition client en intégrant les canaux web
- Mettre en oeuvre des actions de prospection, d'acquisition client et de fidélisation commerciale par le web
- Mesurer l'efficacité des actions mises en oeuvre et poursuivre la transformation digitale dans la durée

RESSOURCES TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation (en inter ou intra-entreprise).
- Documents de supports projetés
- Exposés théoriques
- Études de cas concrets
- Quiz en salle ou en classe à distance
- Mise à disposition de documents supports à la suite de la formation.

ÉVALUATION DES RÉSULTATS

- Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique de digitalisation des processus commerciaux d'une entreprise. Le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail. La présentation comprend :
  - le diagnostic de la maturité digitale de l'organisation commerciale d'une entreprise
  - une feuille de route de transformation digitale des processus commerciaux
  - un parcours client standardisé prenant en compte tous les canaux d'acquisition au choix : une action prospective liée au site internet de l'entreprise de type Landing Page, Article de blog ou publication sur les réseaux sociaux / une action d'achat publicitaire en ligne de type SEA (exemple : Facebook Ads, LinkedIn Ads ou bien encore Adwords) / une action de fidélisation commerciale de type e-mailing, newsletter ou récupération d'avis
- un tableau de bord comprenant les indicateurs de succès (KPI)

L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une TPE/PME. Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

ANALYSER LA DIGITALISATION DES PROCESSUS COMMERCIAUX D'UNE ENTREPRISE

- ANALYSER LES COMPÉTENCES DIGITALES DES ÉQUIPES COMMERCIALES
- ANALYSER L'UTILISATION DES OUTILS NUMÉRIQUES PAR LES ÉQUIPES COMMERCIALES (ERP, CRM, CLOUD OU FICHIER COLLABORATIF, ÉQUIPEMENTS DIGITAUX DIVERSES...)
- ANALYSER LE NIVEAU DE DIGITALISATION DES ASPECTS MARKETING ET COMMUNICATION (SITE INTERNET, RÉSEAUX SOCIAUX, ACQUISITION DE TRAFIC, PROSPECTION...)
- ANALYSER LE RESPECT DU RGPD ET LES OUTILS/PROCESSUS EN INTERNE
- ANALYSER LES RETOURS SUR INVESTISSEMENT POUR CHAQUE OUTIL DÉPLOYÉ (ABONNEMENT, PRESTATIONS, INVESTISSEMENT MATÉRIEL, ETC...)
- LISTER DES RECOMMANDATIONS POUR OPTIMISER LES PROCESSUS COMMERCIAUX DE L'ENTREPRISE GRÂCE AU DIGITAL

CONCEVOIR UNE FEUILLE DE ROUTE DE TRANSFORMATION DIGITALE DES PROCESSUS COMMERCIAUX

- DÉFINIR DES ACTIONS RELATIVES À L'AMÉLIORATION ET/OU À LA MISE EN PLACE D'OUTILS DE SUIVI ADMINISTRATIF ET COMMERCIAL DIGITALISÉ
- AMORCER OU OPTIMISER LA MISE EN OEUVRE DES ACTIONS WEBMARKETING PROSPECTIVES
- DÉFINIR UN BUDGET, DES DÉLAIS, IDENTIFIER LES INTERDÉPENDANCES ET PRIORISER LES ACTIONS À MENER
- PLANIFIER DES ACTIONS DE FORMATION ET/OU DE RECRUTEMENTS

PROGRAMME DÉTAILLÉ

METTRE EN ŒUVRE DES ACTIONS WEBMARKETING AFIN DE PROSPECTER ET FIDÉLISER PLUS EFFICACEMENT

- CONCEVOIR UN PARCOURS UTILISATEUR TYPE COUVRANT TOUS LES CANAUX D'ACQUISITION
- PROSPECTER VIA LE SITE INTERNET DE L'ENTREPRISE (LANDING PAGE, ARTICLE DE BLOG OU PUBLICATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX)
- PROSPECTER VIA DES ACTIONS D'ACHAT PUBLICITAIRE EN LIGNE DE TYPE SEA (EXEMPLE : FACEBOOK ADS, LINKEDIN ADS OU BIEN ENCORE ADWORDS)
- CONCEVOIR DES ACTIONS DE FIDÉLISATION COMMERCIALE (E-MAILING, NEWSLETTER OU RÉCUPÉRATION D'AVIS)

MESURER LA TRANSFORMATION DIGITALE DES PROCESSUS COMMERCIAUX

- DÉFINIR DES INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPI)
- RÉALISER UNE PREMIÈRE ANALYSE DES INDICATEURS DE PERFORMANCE
- PROPOSER DES AXES D'AMÉLIORATIONS POSSIBLES

★★★★★

AVIS CPF

4,98/5

BASÉ SUR 159 STAGIAIRES