

TRANSFORMATION NUMÉRIQUE, CONDUIRE LE CHANGEMENT

Durée

2 jours

Référence Formation

5-TN-CHG

Objectifs

Accompagner la transformation d'une organisation vers l'entreprise numérique

Participants

Managers, Directeur général, Directeur de la stratégie, Directeur innovation, Directeur Marketing Directeur Digital, CDO, Tout Directeur de service susceptible de devoir opérer sa transformation numérique

Pré-requis

Aucune connaissance particulière.

Moyens pédagogiques

Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.

Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.

En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.

Formateur expert dans son domaine d'intervention

Apports théoriques et exercices pratiques du formateur

Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants

Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants

Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

PROGRAMME

Culture technologique : les indispensables

- Se positionner par rapport à la transformation numérique et sa propre expérience du numérique
- Connaître les différentes technologies ou modèles technologiques du business numérique
- Les GAFA ou les entreprises « disruptives » du moment
- Les éléments favorisant le succès et les éléments limitants
- Les nouvelles technologies et les usages associés : cloud, big data, réseaux sociaux, mobile
- Accompagner la révolution des usages et faire face à la nécessité de les suivre (data management)
- Anticiper les prochaines innovations : objets connectés, nanotechnologies, etc.

Comprendre les nouveaux usages et leurs conséquences

- Nouvelles interactions avec les clients

- Nouveaux modèles de vente : time to market , gestion en temps réel des besoins clients
- Accroissant du poids du client dans le développement des produits/services
- Les fondements du marketing numérique et l'impératif d'agilité

Leviers d'actions et risques propres au monde numérique

- Pratiquer l'open innovation
- Collaborer avec des start-up
- Transformation de toute l'entreprise ou innovation ciblés
- Libérer la créativité dans l'organisation et la canaliser

Maîtriser les impacts organisationnels du numérique

- Les caractéristiques pour réussir : agilité, réactivité, veille, anticipation
- Les nouvelles méthodes de travail : les comprendre et les implémenter
- Recruter, faire évoluer les compétences, valoriser de nouveaux profils/compétences
- Faire des gaps générationnels une opportunité pour la transformation numérique

Choix organisationnels : vers un écosystème numérique

- Agir sur tous les leviers : management, produits, services, ventes, politique RH, stratégie d'innovation...
- Insuffler la culture inhérente au développement numérique, le changement agile et permanent

Vers une conduite du changement "Agile"

- Les limites des méthodologies classiques
- Les facteurs d'échec
- L'inadaptation du modèle taylorien
- Le défi d'un changement de culture

