

Réussir sa stratégie digitale

Comment mettre en place une stratégie efficace ?

360 Euros

Salariés : prise en charge possible par les organismes de financement de formation (O.P.C.A. Organismes Paritaires Collecteurs agréés).

Prérequis

Pour tout chef d'entreprise, responsable commercial ou de communication d'entreprise qui a réalisé que la transformation digitale de son entreprise n'est pas une option.

Durée et horaires

2 jours (14 heures)

de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h00

Objectif général

Savoir comment définir une stratégie digitale adaptée aux nouveaux comportements et usages de ses clients et à l'évolution du marché. Augmenter sa visibilité et donc son CA

***Stratégie digitale :** stratégie basée sur les nouvelles technologies de communication regroupant l'ensemble des techniques marketing utilisées sur les supports et canaux digitaux*

Objectifs Pédagogiques

- Exemples de stratégie digitale réussie
- Autodiagnostic pour stimuler la réflexion individuelle, travail sur son cas personnel
- Réflexions collectives - Plan d'action personnel

Renseignements inscription

Pour en savoir plus, contactez

vos conseillers au **02 47 25 24 36**

1^{ère} journée :

Etat des lieux

Les enjeux : Cerner les enjeux d'une stratégie digitale

L'état des lieux : Faire un audit stratégique de vos outils et des actions digitales que vous avez menées

Vos objectifs : Définir les objectifs de sa stratégie digitale

Vos cibles : Identifier ses cibles clients (prioritaire, secondaire, influenceur, ambassadeur...)

Vos moyens : Quels moyens financiers, en temps et en hommes avez-vous ?

2^{ème} journée :

Mise en place de votre nouvelle stratégie digitale

Vos plateformes/outils : Identifier et choisir des plateformes digitales pertinentes avec votre structure

Vos actions : Elaborer sa stratégie d'inbound marketing - Construire un plan éditorial et une charte éditoriale

Votre organisation : Structurer son entreprise pour mettre en oeuvre cette stratégie digitale : ressources internes et externes, veille, curation, agrégateur

Mettre en place un plan d'actions digitales annuel

CMA37 : 36-42 Route de Saint-Avertin - CS 50412- 37204 TOURS CEDEX

N° de déclaration d'existence : 24-37PO-01237- N°SIRET : 1837 0002 000013

Email : formation-continue@cm-tours.fr - site internet : www.cma37.fr/article/se-former

Département Formation Continue
Chambre de Métiers et de l'Artisanat d'Indre-et-Loire



INDRE-ET-LOIRE

Réussir sa stratégie digitale

Comment mettre en place une stratégie efficace ?

Méthode et moyens pédagogiques

Formation/Action qui propose une alternance d'apports théoriques et de cas pratiques des outils comme le logiciel gratuit sont appliqués à son entreprise. Le formateur s'appuie sur les produits de l'entreprise et sur sa stratégie commerciale.

Documents remis

Des documents de synthèse sont remis, ils reprennent toutes les notions abordées dans la formation.

Public

Cette formation s'adresse à tout chef d'entreprise ou collaborateur concerné directement par la stratégie de développement de son entreprise.

Nombre de participants

8 à 10 stagiaires

Dispositif d'informations et de positionnement des stagiaires

Un entretien **individuel est proposé** pour évaluer le besoin du stagiaire et l'orienter sur un parcours formation adapté.

Il est remis à chaque futur stagiaire **un programme détaillé**, les dates, les conditions financières de la formation, un bulletin d'inscription ou une convention de stage.

Un **questionnaire est complété** en amont pour chaque futur stagiaire, pour identifier son parcours passé, définir son objectif, positionner ses attentes afin de personnaliser et individualiser la formation.

Ce questionnaire est ensuite confié au formateur. Toute information demandée à un stagiaire a un lien direct avec la formation et **reste confidentielle**.

Prise en compte de l'appréciation des stagiaires

Une **boîte de réclamations suggestions** est à la disposition de tous les visiteurs, à l'accueil général de la CMA 37.

Lors de la dernière séance de la formation il sera demandé à chaque stagiaire de compléter **une enquête de satisfaction** sur le déroulement de la formation. Avec l'appui externe de la société **Formetris un questionnaire à « chaud »** est envoyé dans les 10 jours **puis un questionnaire à « froid »** dans les 2 mois après la formation.

Evaluation des acquis de la formation

A la fin de la formation il est remis **une attestation** pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques, formulés en terme de « être capable de ». Elle **mesure les capacités développées en formation**, qui pourront être mises en oeuvre dans une situation sociale ou professionnelle, en fonction de l'environnement de l'entreprise. Cette évaluation est élaborée par le formateur à partir des situations pédagogiques utilisées et impliquant le stagiaire.

Suivi Post Formation

Un suivi individuel peut être proposé. Le formateur intervient pour vous aider à mettre en place les outils et les méthodes étudiés. Le coût supplémentaire est facturé directement à l'entreprise (devis à demander).

Bilan Pédagogique du stage

Le formateur établit un bilan pédagogique synthétique qui est transmis pour validation au responsable du service ou au coordinateur pédagogique.

Renseignements inscription

Pour en savoir plus, contactez

vos conseillers au **02 47 25 24 36**

CMA37 : 36-42 Route de Saint-Avertin - CS 50412- 37204 TOURS CEDEX

N° de déclaration d'existence : 24-37PO-01237- N°SIRET : 1837 0002 000013

Email : formation-continue@cm-tours.fr - site internet : www.cma37.fr/article/se-former

Département Formation Continue
Chambre de Métiers et de l'Artisanat d'Indre-et-Loire

