



Chief digital officer

Ref 3707219

Chief digital officer

Formations longues

Initiation	13,5 jours (93 heures)	Paris
		Classe virtuelle

Renforcer ses compétences digitales pour piloter la transformation des organisations.

Frais de dossier: 49,00 € TTC.

Objectifs

- Réinventer les organisations.
- Adopter les modes collaboratifs.

- Appréhender les modèles économiques sur internet.
- Mesurer sa stratégie digitale.

- Appréhender les dernières tendances technologiques de la transformation digitale.

- Gérer un projet en mode agile.
- Structurer la gouvernance.
- S'initier à la communication de crise.

Pour qui ?

Toute personne se préparant à la prise de

fonction de "chief digital officer" ou souhaitant élargir ses compétences métier. **Prérequis**

Code dokélio : 024201

Avoir la responsabilité de mener à bien des chantiers de transformation digitale. Avoir pour objectif personnel de s'orienter vers le pilotage de projets de transformation digitale.

Compétences acquises:

À l'issue de la formation, vous serez capable de prendre le lead de la transformation digitale de votre structure, de piloter un projet digital et de mettre en place une stratégie de développement.

Programme

Réinventer les organisations : l'impact du digital dans les organisations

- Le digital et la fonction marketing.
- Le digital et la fonction communication.
- Le digital et la relation client.
- Le digital et la fonction RH.
- Le digital et les S.I. de l'organisation.

Les nouveaux modèles d'organisation

- L'autogouvernance.
- L'halocratie.
- L'entreprise libérée.

Fabriquer le changement et adopter les modes collaboratifs

- La culture du changement.
- L'open innovation.
- L'intrapreneuriat.
- Apprendre à collaborer.

Le chief digital officer, pivot de la transformation digitale

- Identifier les chantiers de la transformation digitale.
- Mener un audit d'acculturation de l'organisation.
- Intégrer la transformation digitale à la culture de l'organisation.
- Apporter de la transversalité dans la conduite des projets.
- Faire adhérer en interne et en externe.

Le CDO et sa mission

- Positionnement dans l'organisation.
- Typologie des missions dévolues au CDO.
- Moyens à revendiquer.
- Leadership et posture du CDO dans sa communication.

Nouveaux modèles économiques sur internet et stratégies de développement

- L'évolution des comportements d'achat : web, mobiles et tablettes, multi-canal.
- Les modèles économiques du digital : freemium, monétisation de l'audience, applications, e-commerce, multi-canal, places de marché, etc.
- Déployer les méthodologies de parcours client pour identifier les objectifs des usagers à chaque étape.
- Déterminer les objectifs et choisir les leviers digitaux pertinents : Paid, Owned, Earned Media (POEM).
- Atelier : business model Canvas.

Mesurer l'efficacité de sa stratégie digitale

- Les indicateurs clés de la performance des business models digitaux.
- Valider les indicateurs d'évaluation de l'efficacité de la stratégie digitale.
- Calculer le ROI et le RSO.
- Structurer le pilotage de l'activité.
- Sélectionner les outils de reporting.

Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

Les dernières tendances technologiques de la transformation digitale

- Le Cloud.
- Big data, open data.
- La mobilité.
- Les objets connectés.
- L'intelligence artificielle.
- La cyber-sécurité.

Atelier d'initiation au code.

La conduite de projet en mode agile

- Les enjeux naturels des projets web.
- Les méthodes de l'agilité : Design thinking, UX, Scrum.

Structurer la gouvernance

- Acteurs, missions et responsabilités.
- Phases, délais, coûts : la maîtrise du projet.

Les leviers de la communication digitale et prospective

- Les lieux incontournables de la présence sociale.
- Les tendances pour les années à venir : IA, chatbot, Live stream video.
- Analyse de quelques "best practices" de stratégies innovantes.

Rendre sa marque conversationnelle

- Sélectionner ses lieux de présence.
- Bâtir une stratégie éditoriale.
- Maîtriser les techniques d'animation communautaire.

Être garant de l'e-réputation et communication de crise

- Préparer sa communication de crise.
- Atelier de simulation d'une crise.
- Les clés pour protéger l'e-réputation de la marque.

Présentation du projet individuel devant les membres du jury.

La soutenance d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFPJ et d'un professionnel extérieur.

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

5460€ HT

Prochaines sessions

Paris

27 mars au 27 sept. 2019

27-03-2019

29-03-2019

12-04-2019

12-04-2019

23-04-2019

25-04-2019

27-05-2019

29-05-2019

25-06-2019

27-06-2019

28-06-2019

28-06-2019

27-09-2019

27-09-2019

16 sept. 2019 au 20 mars 2020

16-09-2019

18-09-2019

11-10-2019

11-10-2019

21-10-2019

23-10-2019

18-11-2019

20-11-2019

16-12-2019

18-12-2019

19-12-2019

19-12-2019

20-03-2020

20-03-2020