

# Intégrer l'expérience client à sa stratégie marketing - spécial ATLAS

## Parcours Mobile Learning

Réf : 5IE - Prix 2023 : nous consulter

À l'issue de ce parcours, vous serez en mesure d'identifier les facteurs clés de succès de votre stratégie marketing, en vous appuyant sur l'écoute client et d'en mesurer l'expérience client. Vous appréhendez également les enjeux de l'entreprise digitale et les opportunités offertes par les technologies digitales émergentes. Ceci vous permettra de positionner une stratégie marketing en adéquation avec les objectifs de votre entreprise.

Votre parcours et la plateforme dédiée sont ouverts pendant 5 semaines.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Connaître les enjeux du digital

Appréhender les nouvelles technologies et les nouveaux modèles liés à la transformation digitale

Vendre à l'ère digitale

Définir le rôle des technologies digitales

Comprendre les nouvelles règles du business à l'ère digitale

Élaborer un diagnostic stratégique

Évaluer l'environnement concurrentiel

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce parcours vous donne accès à un ensemble de modules constitué d'activités ludiques de courtes durées (jeux, challenges, vidéos, REX...). Il vous permet de stimuler votre motivation et de favoriser l'ancrage Mémoirel®. Des notifications sont envoyées régulièrement pour augmenter votre engagement.

## LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 07/2022

### 1) La digitalisation des ventes

- Passer du web 1.0 au web 4.0.
- Comprendre l'impact du digital.
- Vendre à l'ère du digital.
- Connaître les principaux indicateurs de performance.
- Connaître les principaux leviers pour générer du trafic sur son site.

### 2) L'entreprise digitale

- Comprendre l'économie du digital en chiffres.
- Connaître les clés de la performance et de la compétitivité d'entreprise.
- Définir le rôle des technologies digitales dans l'entreprise performante.
- Connaître les modèles d'organisation de l'entreprise digitale.
- Appréhender les modèles de management de l'entreprise digitale.

### 3) Lancer sa stratégie digitale

- Contextualiser les usages et les enjeux d'une stratégie digitale.
- Viser un parcours client omnical.
- Définir votre stratégie digitale.
- Choisir son mix-communication.

### PARTICIPANTS

Responsables marketing, responsable commercial, commercial.

### PRÉREQUIS

Connaissances de base en marketing.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

### ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Cibler grâce à la stratégie de contenu.

#### 4) Positionner une stratégie marketing cohérente avec les objectifs de l'entreprise

- Élaborer un diagnostic stratégique.
- Appliquer les matrices et les outils d'aide à la décision.
- Développer une stratégie concurrentielle.
- Développer les stratégies de portefeuilles d'activités.
- Segmenter son marché, choisir les cibles et positionner son offre.