



# Certificat de capacité d'analyse des enjeux de la transition numérique

## Programme de formation détaillé

1. Analyse des enjeux actuels du web et du niveau de transition numérique d'une entité
  - Etude de l'enjeu central du web : comment gagner en visibilité pour attirer de nouveaux clients
  - Analyse des moyens et techniques du webmarketing
  - Atelier de travail autour de la définition d'un listing des enjeux de la transition numérique pour une entité
    - Livrable 1 : « Listing des enjeux de la transition numérique »
2. Etude des outils et bonnes pratiques pour optimiser sa communication sur internet
  - Comparaison des différents supports pour communiquer sur son activité sur internet
    - Analyse de l'outil « site internet »
      - Comparaison site vitrine versus site dynamique
      - Analyse des solutions site e-commerce et marketplace
      - Contrôle des prérequis au développement d'un site internet (temps, budget, nom de domaine, cahier des charges, etc.)
      - Contrôle des éléments indispensables à mettre en place suite au développement d'un site internet (entretien du site, administration du site, optimisation du référencement et coûts éventuels, renouvellement de l'hébergement, etc.)
      - Etude des éléments apportés par Google Analytics
    - Analyse de l'outil « blog professionnel »
      - Etude des avantages et inconvénients d'un blog en comparaison à un site internet classique
      - Contrôle des éléments indispensables à prévoir avant et après la création d'un blog
    - Analyse de l'outil « réseaux sociaux »
      - Etude de l'utilisation des réseaux sociaux dans le cas du Business to Customer (dans quelles conditions les utiliser, quels réseaux et comment)
      - Etude de l'utilisation des réseaux sociaux dans le cas du Business to Business (dans quelles conditions les utiliser, quels réseaux et comment)
      - Analyse du positionnement de la stratégie marketing sur les réseaux sociaux (choix des réseaux, quel contenu par type de réseau social, les risques et les outils complémentaires aux réseaux sociaux)
      - Etude des outils d'analyse des flux de visiteurs
  - Contrôle de la e-réputation d'une entité
    - Analyse des moyens de contrôle de son image sur internet

- Etude des bonnes pratiques en termes de veille d'e-réputation (où faire sa veille, l'importance du contrôle de l'e-réputation par secteur d'activité, etc.)
- Analyse des outils à disposition pour effectuer une veille active
- Etude des enjeux liés au référencement
  - Analyse des moyens utilisés pour attirer davantage de visiteurs sur un site internet (création de contenu, optimisation de mots clefs, utilisation de réseaux sociaux pour capter des informations sur les visiteurs, etc.)
  - Analyse de la conversion des flux de visiteurs (utilisation des newsletters informatives, utilisation des call to action récurrents, les invitations à partager sur les réseaux sociaux, le développement de contenu premium, etc.)
  - Focus sur l'analyse des flux (analyse des frustrations, problèmes/objections, analyse du processus de conversion client, analyse des pertes éventuelles de contacts, comprendre l'optimisation du référencement, etc.)

### 3. Etablissement d'une feuille de route individuelle portant sur les compétences numériques

- Mise en perspective des compétences nécessaires à la transition numérique d'une entreprise au regard des outils et bonnes pratiques nécessaires à l'optimisation de la communication sur internet
- Atelier de définition d'une feuille de route de formation et de recrutement digital par stagiaire
  - Livrable 2 : « Feuille de route de formation et de recrutement digital »

### 4. Etablissement d'une feuille de route de transition numérique pour une structure

- Mise en relation des objectifs, des potentiels d'amélioration et des ressources humaines, financières et de temps pour l'entreprise
- Analyse des retours sur investissement de la transition numérique pour l'entreprise
- Priorisation des champs d'action pour une entité lors de son engagement dans la transition numérique
  - Identification des quick wins et des actions moyen/long terme
- Atelier de définition d'une feuille de route de transition numérique par stagiaire
  - Livrable 3 : « Feuille de route de transition numérique »