

DUREE:
10 jours
(3 modules + jury)

DATES:
2018 / 2019

COÛT :
10 500 €
(+ 500 € frais de jury)

LIEU :
Pôle formation Nord
Sainte-Clotilde

CONTACTS :
0262 48 35 35
fc nord@reunion.cci.fr

0262 96 96 54
fcsud@reunion.cci.fr

ADVANCED PROGRAM STRATEGIES DIGITALES

Intégrer les approches stratégiques innovantes et les leviers numériques pour se différencier et augmenter sa performance économique

Savoir intégrer les meilleures pratiques stratégiques et numériques permet aujourd'hui d'innover, de se démarquer de la concurrence pour éviter une dégradation de ses marges, tout en évaluant en temps réel la performance économique des actions entreprises.

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux de la stratégie
- Appréhender les nouveaux modèles disruptifs pour créer de nouveaux espaces stratégiques (« océan bleu »)
- Comprendre les enjeux du numérique pour bâtir une stratégie marketing digitale
- Intégrer les évolutions commerciales dans sa stratégie commerciale et sa gestion de la relation client

PUBLIC

- Directeur/Responsable Marketing & Communication
- Directeur Commercial
- Dirigeant d'entreprise
- Créateur d'entreprise
- Dirigeants d'organisations publiques et d'associations

PROGRAMME

1 – MODULE 1 – Stratégies innovantes (3 jours – 2018/2019)

Les fondamentaux de la stratégie

- Réaliser un diagnostic stratégique
- Formuler une stratégie
- Présenter et s'approprier des méthodologies classiques (méthode LCAG, Balanced Scorecard, modèles de Michael Porter)

La stratégie océan bleu

- Canevas stratégique et courbe de valeur
- 3 cercles de non-clients et 6 pistes pour créer un océan bleu
- Implémenter une stratégie en rupture

2 – MODULE 2 – Marketing digital (3 jours - 17, 18 et 19 juillet 2018)

Les 5 mondes du numérique:

Le Web, le web social, le web mobile, le web marchand, l'Internet des objets

Les conséquences de la digitalisation

- Nouveaux Business Models
- Nouveaux comportements : ZMOT
- Le phénomène Big data

Méthodologie de conception et de déploiement de stratégies digitales : la méthode des 6C :

Comprendre, cibler, choisir, concevoir, convertir, changer

Etude de cas spécifique dans l'environnement régional de l'océan indien

3 – MODULE 3 – Data stratégie et expérience client (3 jours – 2018/2019)

Le changement de nature du marketing : du transactionnel au relationnel

Management stratégique de la relation client : valeur client, parcours et expérience, satisfaction

CRM analytiques et opérationnel
Phénomène Big data et Data-driven stratégies

4 – JURY de certification (1 jour – 14 Juin 2018)

Un jury, composé de hautes personnalités réunionnaises et du directeur pédagogique HEC Executive Education, évalue les projets des participants

POINTS FORTS

- Niveau d'expertise de l'intervenant de HEC Paris et connaissance du milieu économique réunionnais
- Programme spécifique avec études de cas adaptées aux réalités des entreprises locales