



N° de SIRET : 842 653 065 00016

N° d'activité : 11788398978

N° d'UAI : 0783751D

Animateur.trice Digital et Numérique

Le parcours de formation ADN vise à répondre aux enjeux de la transition numérique en professionnalisant un.e collaborateur.trice référent.e au sein des TPE-PME.

Ce programme va impliquer une transformation des métiers et des compétences qui touche l'ensemble des ressources humaines.

Le changement de mentalité, la montée en puissance de l'intelligence artificielle nécessite une sensibilisation et une formation à ces nouveaux métiers.

Durée : 49 heures (6 jours)

Profils des apprenants

- Employés.es des entreprises de moins de 50 salariés.es relevant de l'Opco EP.

Prérequis

- Aucun

Accessibilité et délais d'accès

Toutes nos formations sont accessibles 6 mois avant l'ouverture de la session.

L'inscription peut se faire sur le site alydrine, via les plateformes défi-carif, pôle-emploi ou contacter le centre de formation par mail: recrutement@alydrine-formation.com ou par téléphone [09.88.30.88.26](tel:09.88.30.88.26)

Modalités et lieux

Les formations sont dispensées à 30% en présentiel et 70% en distanciel.

Arras et Amiens

Objectifs pédagogiques

- Diffuser, partager des connaissances sur le numérique.
- Acculturer et former sur les outils numériques et collaboratifs.
- Protéger et sécuriser ses données numériques.
- Aider à la prise de décision sur les projets liés à la transition numérique.



Tél : 09 88 30 88 26
Mobile : 06 65 29 46 34



279 Rue Charles de Gaulle
78410 FLINS-SUR-SEINE



www.alydrine-formation.com

Contenu de la formation

M1-CONCEPTION D'UNE STRATÉGIE DE MARKETING DIGITAL PERFORMANTE

Objectifs

Ce module permet aux apprenants d'élaborer et de mettre en place une stratégie de marketing digital pertinente et efficace en fonction du contexte, des objectifs et des besoins du client.

Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- ✎ D'analyser les évolutions du digital, ses nouvelles tendances et ses influences pour déterminer les impacts sur l'organisation.
- ✎ De réaliser une étude de marché en utilisant les outils marketing pour déterminer le positionnement de l'entreprise sur le marché face à la concurrence et dégager les opportunités à saisir.
- ✎ D'analyser les parcours clients en réalisant une cartographie des parcours d'achat pour mesurer l'influence du digital sur leurs différentes prises de décisions et adapter les orientations stratégiques digitales.
- ✎ De définir des objectifs SMART alignés aux axes stratégiques et opérationnels de l'entreprise pour conserver la cohérence globale des actions et favoriser leurs réussites. - De concevoir une stratégie marketing digitale omnicanal en créant une synergie entre les canaux offline et online pour fluidifier le parcours du consommateur et accroître l'expérience client.

Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 1 « Conception d'une stratégie de marketing digital performante » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'étude de cas pratique sur la conception d'une stratégie de marketing digital avec soutenance orale. Il est remis au candidat un énoncé de cas pratique proposant le descriptif d'une entreprise dans son contexte, dans son environnement macro et micro, sur sa stratégie globale et sur ses clients.

Un ensemble de données qualitatives et quantitatives sont remises au candidat : ressources, contraintes budgétaires, temporelles, informations sur la marque et sur les produits. Il est demandé au candidat d'analyser les informations remises pour concevoir la stratégie marketing digitale de l'entreprise ainsi que ses objectifs.

La stratégie est ensuite présentée à l'oral.

M2-MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DIGITALE

Objectifs

Ce module permet aux apprenants d'élaborer et de mettre en place une stratégie digitale globale, à savoir de dépasser le cadre du plan marketing défini pour aller vers plus d'opérationnalité.

Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- ✎ D'élaborer un plan marketing digital, associé à des indicateurs de performance pour chaque action permettant d'évaluer les réalisations et optimiser les résultats.
- ✎ D'évaluer les besoins financiers, humains et organisationnels pour établir le budget alloué au projet digital.
- ✎ De sélectionner et mettre en place les outils digitaux permettant de transformer de simples visiteurs en ambassadeurs de la marque.
- ✎ De sélectionner les médias sociaux en adéquation avec la stratégie marketing pour gérer l'image de marque et promouvoir les produits.



- ☞ D'activer les leviers digitaux les plus pertinents pour garantir des résultats opérationnels mesurables et améliorer la performance.
- ☞ De mettre en œuvre des opérations de conquête et de fidélisation clients pour attirer le consommateur.
- ☞ De veiller et décrypter les dernières évolutions et tendances du marketing digital pour anticiper les besoins et adapter les actions menées pour améliorer les résultats.
- ☞ De piloter la mise en œuvre de la stratégie en ajustant les dispositifs si nécessaire, pour assurer la continuité et le déploiement de celle-ci.

Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 2 « Mise en œuvre de la stratégie digitale » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'une étude de cas pratique sur l'élaboration d'un plan marketing digital avec soutenance orale.

À partir de la stratégie élaborée en Module 1, il est demandé au candidat d'élaborer un plan d'actions marketing digital associé à des indicateurs de performance et de détailler les différentes étapes de la mise en œuvre de la stratégie digitale. Le candidat présente à l'oral son plan d'action détaillé. Il est challengé sur ses choix d'actions ainsi que sur la survenance de risques possible pouvant entraver le pilotage du projet.

M3-ANALYSE DE LA PERFORMANCE DE LA STRATÉGIE DIGITALE

Objectifs

Ce module permet aux apprenants de mesurer et analyser la performance de la stratégie digitale décidée par le suivi d'indicateurs et l'étude des résultats obtenus.

Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- ☞ De suivre les différents indicateurs de performance du plan d'action de marketing digital pour vérifier les écarts entre les résultats attendus et ceux obtenus.
- ☞ D'analyser le retour sur investissement (ROI) des actions mises en œuvre pour mesurer leur efficacité et améliorer la performance.
- ☞ D'analyser les résultats des opérations marketing digital via les outils d'analyse pour suivre les actions réalisées et proposer des axes d'amélioration.
- ☞ De prendre en compte dans le pilotage de la stratégie digitale les résultats des études de satisfaction pour rester corrélé à l'expérience client.
- ☞ De combiner de manière itérative tests et mesures pour permettre à l'entreprise d'améliorer chacune de ses actions et d'optimiser progressivement l'efficacité globale de sa stratégie marketing digitale.

Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module 3 « Analyse de la performance de la stratégie digitale » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'une étude de cas pratique sur l'analyse d'une stratégie digitale avec soutenance orale. Il est remis au candidat un document comportant les résultats (quantitatifs et qualitatifs) d'actions menées par une entreprise ayant mis en place une stratégie digitale depuis quelques mois. Le candidat doit analyser ces résultats et proposer des solutions et des actions pour améliorer la performance de la stratégie.

Le candidat est challengé à l'oral sur les préconisations présentées et les outils à utiliser.



M4-DÉVELOPPEMENT ET OPTIMISATION DE LA PRÉSENCE SUR LE WEB

Objectifs

Ce module permet aux apprenants de développer et d'optimiser la présence sur Internet d'une marque, d'une organisation ou d'un événement.

Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- ✎ De développer un site internet ergonomique et performant en intégrant les innovations technologiques pour faciliter la navigation de l'utilisateur et la rendre attractive.
- ✎ De mettre en place et optimiser le référencement du site internet sur les moteurs de recherche pour accroître la visibilité sur internet.
- ✎ De réaliser un marketing de contenu en les optimisant par un choix sémantique et par la définition d'une ligne éditoriale pour répondre aux attentes des visiteurs et nourrir les moteurs de recherche.
- ✎ D'analyser le comportement des internautes sur le site internet en identifiant des informations utiles pour développer son efficacité et le rendre plus performant.
- ✎ D'actualiser et dynamiser son site internet en utilisant un outil de gestion de contenus pour garantir la performance du site en s'inscrivant dans un processus d'amélioration continue.
- ✎ De développer sa présence sur les différents médias sociaux pour accroître sa notoriété et son influence auprès des réseaux communautaires.

Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module « Développement et optimisation de la présence sur le web » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'une étude de cas pratique sur le développement et l'optimisation d'un site internet avec soutenance orale. À partir d'un cas d'entreprise remis au candidat décrivant son contexte, l'historique du site internet et une description du comportement des internautes, il lui est demandé :

- D'examiner le site internet et les informations données afin d'y apporter sa propre analyse et ses préconisations pour optimiser le référencement du site.
- De rédiger un article nouveau, en fonction des préconisations établies, pour permettre l'amélioration du site.

Le candidat est challengé à l'oral sur ses préconisations et sur les outils digitaux à utiliser.

M5-CYBERSÉCURITÉ

Objectifs

Ce module permet de connaître les méthodes d'intrusion et d'attaques, différencier les différentes stratégies de sécurité et de comprendre et d'implémenter les techniques cryptographiques.

Compétences visées

À l'issue de la formation, les apprenants doivent être capables :

- ✎ Définir des solutions organisationnelles et opérationnelles
 - Organisation dans l'entreprise (inventaire orienté sécurité, la malveillance)
 - Le renseignement numérique, économique ou industriel
 - Organisation juridique de la Cybersécurité (RGPD, etc.)
 - L'importance d'un inventaire orienté sécurité
 - Stratégie de sauvegardes et tests de restauration
 - Les malveillances numériques, la veille, les remontées d'incidents





N° de SIRET : 842 653 065 00016

N° d'activité : 11788398978

N° d'UAI : 0783751D

↳ Panorama technique des attaques et des solutions

- Détection, antivirus
- Visibilité, indexation, stockage
- Analyse de paquets et des journaux de réseau
- Sécurités et attaques des différents serveurs
- Étudier les failles de Sécurité d'un système (tests internes et externes)
- Préparation, détection et enquête sur les incidents de sécurité
- Réagir à un incident et communiquer

Évaluation

L'évaluation des connaissances, des aptitudes et des compétences pour le Module « Cybersécurité » s'effectue en cours de formation, sous la forme d'un projet cybersécurité (virtuel).

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

L'équipe des formateurs Alydrine est constituée de prestataires experts passionnés de vous faire partager leurs connaissances, dans leurs domaines d'activités.

Ils sont spécifiquement recrutés sur la base de leur expertise mais aussi en regard de leur capacité d'animation et de transmission des savoirs.

Chaque formateur suit régulièrement « une formation de formateur » dans le cadre du plan d'actions d'amélioration continue de la qualité de service que l'association se doit d'avoir auprès de ses stagiaires.

Nous travaillons en collaboration étroite avec les formateurs pour vous proposer des contenus toujours plus performants pédagogiquement. Nous mettons également tout en place pour faciliter votre navigation sur la plateforme et sur vos cours.

Présents de la création de la formation, à l'assistance technique sur la plateforme ; nous n'avons qu'un seul objectif : vous aider et faciliter votre expérience d'apprentissage.

Moyens pédagogiques et techniques

Alydrine s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du groupe concerné.

Depuis septembre 2022, Alydrine a mis en place la classe inversée en utilisant la pédagogie multimodale (présentiel, classe virtuelle et le e-learning)

Nous utilisons la pédagogie active :

1. La méthode active ou de découverte suscite l'imagination des participants pour les mener à de nouvelles découvertes. Elle utilise par exemple le brainstorming ou le scénario catastrophe. Le participant « découvre ». Quel que soit le support, il faut veiller à la participation de tous.



Tél : 09 88 30 88 26
Mobile : 06 65 29 46 34



279 Rue Charles de Gaulle
78410 FLINS-SUR-SEINE



www.alydrine-formation.com

Exemple du brainstorming

Il consiste à faire s'exprimer le groupe, le plus librement possible, sur un sujet donné. Le formateur indique et inscrit au tableau le sujet sur lequel il fait s'exprimer les participants. Exemple : Lors d'une formation, le formateur à poser une question au groupe « Qu'est-ce que les techniques de vente pour vous ? »

- ↪ Dans un premier temps, chaque individu doit noter sur un post-it ou autre support tout ce qui lui passe par la tête.
- ↪ Dans un second temps, chacun vient présenter ses idées.
- ↪ Et enfin, nous mettons en commun et nous les classons par thème ou étiquette

Exemple du scénario « catastrophe »

- Le formateur propose au groupe d'imaginer les catastrophes qui pourraient survenir dans une situation donnée.
- Il invite le groupe à chercher ce qu'il faudrait mettre en oeuvre pour parer à ces situations.
- En synthèse il résume les principes qui président au bon déroulement de la situation proposée initialement.

Exemple : Le formateur pose une problématique, mais il va la formuler négativement c'est-à-dire au lieu de dire : « Comment améliorer la satisfaction client ? », il va plutôt dire « Pourquoi nous n'arrivons pas à améliorer la satisfaction client ? » ou « Comment réduire l'insatisfaction client ? ».

Le groupe va donner ses idées (on peut utiliser le brainstorming pour cet étape). Ex : Ne pas connaître les produits ; ne pas répondre au téléphone ; être impoli ; etc. " Et enfin, ensemble, nous allons identifier, pour chaque point, au moins une solution concrète pour éviter que ce problème se présente.

2. Dans la méthode démonstrative, les participants apprennent par la pratique. Elle se base sur des exercices. Le formateur « fait » : il montre l'exercice à réaliser à vitesse normale, puis, il décompose chaque étape de la démonstration et enfin, détaille les points clés de la démonstration.

Le formateur « fait faire » par le participant ce qu'il vient de montrer.

Le formateur « refait » avec le participant pour corriger les incompréhensions et les maladresses. Au cours de la démonstration, il est impératif que le formateur utilise les outils qui seront à la disposition du participant sur son lieu de travail.

Les moyens pédagogiques sont les suivants :

- ↪ Des apports théoriques appuyés par des études de cas, jeux de rôle, mise en situation, explications imagées. •Des exercices progressifs selon la formation.
- ↪ De la simulation avec du débriefing.
- ↪ Des livrets pédagogiques (Document fourni en début de cours pour faciliter la prise de notes et travailler directement sur les exercices. Voir plus loin).
- ↪ Des supports de cours PDF téléchargeables en fin de formation.
- ↪ Un vidéoprojecteur transportable, ainsi qu'un paperboard si besoin.
- ↪ L'utilisation de la plateforme Digiforma pour les modules en e-learning.





N° de SIRET : 842 653 065 00016

N° d'activité : 11788398978

N° d'UAI : 0783751D

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

La formation est dispensée en format hybride. Les modules concernant les réseaux sociaux, l'e-reputation et la gestion d'un site web est en présentiel afin de faciliter la pratique et les échanges inter-entreprise. Un cas pratique sera mis à disposition des apprenants et ils devront mener leur mission en autonomie avec la participation du formateur ou de la formatrice. En fin de journée, un débrief sera attendu. Le groupe fera un quizz sur les bonnes pratiques et valider leur connaissance.

Les modules sur le Marketing et stratégie digitale ainsi que la cybersécurité sont en e-learning (podcast - capsules vidéos - quizz - fiches). Ils seront évalués par des QCM à chaque fin de séquences ou des mini cas pratiques.

Prix : Cette formation est financée à 100% par l'Opco EP



Tél : 09 88 30 88 26
Mobile : 06 65 29 46 34



279 Rue Charles de Gaulle
78410 FLINS-SUR-SEINE



www.alydrine-formation.com