

L'ESSENTIEL DU WEB POUR LES DIRIGEANTS

★★★★☆ 4,18/5



Objectifs

- Comprendre les apports de l'e-commerce et du digital pour une entreprise
- Identifier les opportunités pour son entreprise
- Définir et mettre en place un plan d'action



Public

Profils responsables de l'entreprise ou de son développement voulant se lancer ou accélérer sa présence digitale et son e-commerce

- Chef d'entreprise
- Manager



Prérequis

Aucun prérequis nécessaire



Formateur

Intervenant ISTA, Consultant Marketing digital
Expériences professionnelles :
Responsable web marketing d'un fabricant de meubles
Responsable commercial digital d'une enseigne de distribution de meuble, en charge de l'élaboration de la stratégie digitale, de sa mise en place, de sa gestion et de son animation



Programme

Développer l'activité digitale de son entreprise qu'il s'agisse d'e-commerce ou de présence digitale, doit suivre une méthodologie pour atteindre les objectifs fixés, dans le temps imparti et éviter les écueils.

Jour 1

- **Etat de l'art de l'e-commerce et du digital**
- **La publicité sur Internet**
- **Vendre sur Internet**
- **La relation client sur Internet**
- **Les effets sur les entreprises : nouveaux modèles et nouvelles ressources**

Jour 2

- **Atelier « Développer et piloter grâce au digital »** : Identification d'opportunités pour votre entreprise, les problématiques et les objectifs, en déduire un tableau de bord
- **Atelier « Organisation »** : anticiper les effets sur l'organisation, la structure de mon entreprise, identifier les profils à faire évoluer ou à recruter
- **Atelier « Définir son plan d'action »** : rédiger son plan d'action court terme et moyen terme, les jalons et paliers des objectifs

Modalités d'évaluation : Exercices pratiques

« Cette formation a changé ma « vie digitale ». J'y ai compris qu'internet pouvait, et même, devoir servir à faire du business. La 2ème journée dédiée à la construction des plans d'actions des participants m'a amenée notamment à revoir l'approche web de mon entreprise et à recadrer notre agence. Elle m'a également permis de réaliser quelques économies en stoppant le développement d'un site finalement non pertinent au regard de la logique du web. »

Marie-Pierre D, dirigeante PME textile



Les plus

L'expertise d'un praticien du marketing digital depuis plus de 15 ans



Durée et lieu

2 jours (14 heures)
ISTA Mulhouse
Intra (ISTA ou en entreprise)



Coût

1 000 euros HT par participant
Intra (nous consulter)



Contact

Frédéric MOUGIN
frederic.mougin@ista-bs.fr
06.74.39.02.25