

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSSOLETTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Programme de formation

Digitaliser son entreprise

But de la formation

- Comprendre les enjeux de la transformation digitale de l'entreprise
- Acquérir une vision d'ensemble de la transformation digitale
- Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine
- Pouvoir jeter les bases de sa propre stratégie

Pré-requis

Connaissance basique de Windows ou Mac et navigation sur Internet.

Type de public

Dirigeants d'entreprises et conjoints collaborateurs.

Moyens pédagogiques

Vidéoprojecteur. PC.
Support de cours et guide de bonnes pratiques remis à chaque participant.

Sanction de la formation

Attestation de formation.

Méthodes pédagogiques

- Exercices et cas pratiques construits à partir de cas professionnels et /ou issus de l'expérience des stagiaires.
- Un cas pratique sera déployé tout au long de la formation et servira de bases aux démonstrations et aux exercices

Durée

28 heures (4 jours).

ESIC



Programme

Les fondamentaux et enjeux de la transformation numérique

- Qu'est-ce que le numérique ?
- Les nouvelles technologies et les nouveaux usages
- Quelles conséquences pour mon entreprise et pour mes différents interlocuteurs ?
- Intégrer le numérique dans ma stratégie digitale

Simplifier mon organisation interne

- Dématérialiser mes documents administratifs : Intérêt et méthode de simplification de la gestion des factures, devis et archives
- Organiser la gestion des données relatives aux prospects, clients et fournisseurs

Les solutions Open Source

- Notions et définitions, différents types de licence
- Intérêts et risques d'adoption de solutions et outils OpenSource
- Les Outils OpenSource pour le poste de travail
- Les Outils pour la Gestion d'Entreprise :
 - Suites décisionnelles (Les solutions ERP, Les solutions CRM, Outils de Reporting)
 - Les solutions GED et Enterprise Content Management
 - Les solutions de Partage de Documents

Effectuer mes démarches administratives en ligne

- Réaliser ses déclarations fiscales et sociales en ligne (déclarations sociales, déclarations de TVA etc.)

Externaliser mes données

- Qu'est-ce que le cloud computing ?
 - Définitions, bénéfices et risques
 - Cadre légal
- Panorama du marché
 - Principaux acteurs
 - Principales solutions (IaaS, PaaS et SaaS)
 - Principales architectures utilisées
- Les bonnes pratiques pour l'intégration du cloud le système d'information de son entreprise
- Les questions essentielles à se poser avant de choisir son prestataire

Sécuriser mes solutions digitales

- Introduction à la sécurité des systèmes d'information : Contexte, enjeux, chiffres-clés
- Définition et identifications des principaux risques actuels (hacking, failles de sécurité)
- Diagnostiquer son niveau de sécurité
- Les outils et moyens techniques de parade aux principales menaces simples
 - Mot de passe, sauvegarde, coffre-fort électronique, navigation, mise à jour des outils, choix d'un hébergement sécurisé pour son site, etc.
- Les principales réglementations : propriété intellectuelle et protection de la vie privée
- Les bonnes pratiques pour être conforme au cadre légal

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSOLETTTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Programme de formation

Le Web et le E-Commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires

But de la formation

- Comprendre les enjeux d'une présence sur le web
- Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine
- Assurer sa présence sur le web au travers d'un site d'e-commerce
- Analyser le trafic de son site

Pré-requis

Savoir naviguer sur Internet.

Type de public

Dirigeants et conjoints collaborateurs

Moyens pédagogiques

Support de cours et guide de bonnes pratiques remis à chaque participant.

Sanction de la formation

Attestation de formation.

Méthodes pédagogiques

- Exercices et cas pratiques construits à partir de cas professionnels et /ou issus de l'expérience des stagiaires.
- Un cas pratique sera déployé tout au long de la formation et servira de bases aux démonstrations et aux exercices

Durée

28 heures (4 jours).

ESIC

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSSOLETTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Programme

Introduction à internet

Vocabulaire spécifique à Internet
Types de sites internet
Recherches efficaces sur Internet,

- Les différents types de moteurs et Annuaire de recherche généralistes
- Recherches par mots / expressions clefs / Syntaxe, Trucs et astuces pour obtenir des résultats pertinents

Les tendances du web

Avant de créer son site

Comprendre le vocabulaire technique
Cahier des charges
Contraintes légales
Préparation des contenus
Présentation et initiation aux outils de création de Site Internet
Ecueils à éviter etc.

Créer un site web vitrine sur (Prestashop, WordPress, WooCommerce ou Joomla)

Déposer un nom de domaine
Trouver un hébergeur pour son site
Définir l'arborescence
Les différents types de contenus

- Organiser les contenus
- Structurer la navigation
- Concevoir les pages
- Appliquer une charte graphique
- Préparer et intégrer les images
- Insérer des liens hypertextes

Compléter et enrichir le site web
Rappels sur l'utilité et le fonctionnement des plugins.
Améliorer l'interface utilisateur.
Ajouter des fonctionnalités de réseau social.
Gérer la traduction du site.
Modification simple du thème fourni avec les CSS

- Création d'une page de contenu dynamique

Sécuriser et manipuler le site

- Limiter l'accès du site pendant les travaux
- Déplacer le site d'un serveur à l'autre
- Sauvegarde et restauration de la base de données
- Création d'un Intranet

Administrer le site à plusieurs

- Créer des utilisateurs
- Gérer les droits d'accès avancés

Analyser le trafic

Installation d'un traqueur
Analyse des mots-clés et expressions performantes
Statistiques et indicateurs de performance
Mettre en place des tableaux de bords décisionnels

Aspects juridiques

Les obligations légales à respecter dans l'usage de contenus et la collecte de données

Fidéliser les clients

Les méthodes pour fidéliser les clients :

- Email de promotion en lien avec les achats déjà effectués
- Evaluation des achats
- Mise en place de carte de fidélité
- Réductions personnalisées
- Invitation VIP

L'alternative des places de marché

Définition des places de marchés
Intérêts et risques à être présent sur ces plateformes

ESIC

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSOLETTTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Programme de formation

Fondamentaux du marketing et techniques de vente

But de la formation

- Connaître les fondamentaux du marketing et l'importance de la relation client
- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

Pré-requis

Savoir naviguer sur Internet.

Type de public

Dirigeants et conjoints collaborateurs

Moyens pédagogiques

Support de cours et guide de bonnes pratiques remis à chaque participant.

Sanction de la formation

Attestation de formation.

Méthodes pédagogiques

- Exercices et cas pratiques construits à partir de cas professionnels et /ou issus de l'expérience des stagiaires.
- Un cas pratique sera déployé tout au long de la formation et servira de bases aux démonstrations et aux exercices

Durée

28 heures (4 jours).

ESIC

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSSOLETTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Programme

Fondamentaux du marketing

Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)

- Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en œuvre
- Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés

Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit)

- Définition de la stratégie marketing : les étapes clés
- Segmentation et ciblage des marchés prioritaires
- Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services

Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)

- Structure type d'un plan marketing
- Méthodes et outils de pilotage et de contrôle

La relation client

Identifier les parties prenantes de la relation commerciale

Comprendre les enjeux de la relation client :

- L'image
- Le chiffre d'affaire
- La fidélisation

Comprendre les attentes du client

Gestion de la relation client

- Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
- Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
- Détecter les attentes du client
- Mettre en valeur une solution
- Accepter critiques et objection

Gestion des réclamations et insatisfactions (Faire face aux situations délicates)

- Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
- Savoir refuser en préservant la relation
- Gérer un incident, une insatisfaction

Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

Préparer sa prospection

- Définir sa cible de prospects
- Constituer son fichier prospects
- Fixer ses objectifs de prospection
- Se mettre en conditions optimales

Techniques de communication téléphonique

- Savoir se présenter et susciter l'intérêt
- Savoir franchir le barrage du secrétariat
- Développer une écoute active
- Détecter les besoins du prospect
- Rédiger son scénario téléphonique
- Se préparer aux objections des prospects

Entretien de négociation

Négocier, c'est quoi ?

La préparation de l'entretien de négociation :

- Les objectifs (court, moyen et long terme)
- Le timing de l'entretien
- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion

Les éléments en jeu en négociation

- Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
- Les attitudes relationnelles
- Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
- Les pièges de l'argumentation

Basculer sur la vente

- Développer un argumentaire commercial
- Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

Les enjeux de la gestion de situations difficiles

Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence

- Le client arrogant

- Le client chronophage
- Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
- Le « bon copain »
- Le client pointilleux
- Le client râleur/contestataire/protestataire
- Le client éternellement insatisfait
- Le client versatile
- Le client mutique, la communication difficile

Résoudre et désamorcer les situations de conflit

- Comprendre l'insatisfaction d'un client
 - Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
 - Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
 - Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction
- Ouvrir le dialogue
 - Pratiquer l'écoute active
 - Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
 - Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
 - Le choix des mots
 - La posture
 - L'attitude mentale (son état d'esprit)
- Rechercher des solutions
 - Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
 - Chercher des points d'accord
 - Construire une posture gagnant/gagnant
 - Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
 - Savoir mettre fin à l'échange

Tirer des enseignements des situations de conflits

- Repérer les incidents fréquents
- Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
- Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
- Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSSOLETTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Programme de formation

Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

But de la formation

- Connaître les fondamentaux de la communication
- Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée
- Rédiger pour mieux délivrer son message
- Concevoir ses premiers outils de communication
- Appréhender les réseaux sociaux
- Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation

Pré-requis

Savoir naviguer sur Internet.

Type de public

Dirigeants et conjoints collaborateurs

Moyens pédagogiques

Support de cours et guide de bonnes pratiques remis à chaque participant.

Sanction de la formation

Attestation de formation.

Méthodes pédagogiques

- Exercices et cas pratiques construits à partir de cas professionnels et /ou issus de l'expérience des stagiaires.
- Un cas pratique sera déployé tout au long de la formation et servira de bases aux démonstrations et aux exercices

Durée

28 heures (4 jours).

Programme

Les fondamentaux de la communication

Définir ses objectifs et son message

- Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
- Dans quel but ? Ventes, image, conquête, différenciation, fidélisation
- Pour délivrer quel message ?
- Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?

Quelles documentations pour quelles cibles ?

- Print, Web et Digital selon ses objectifs

Les documentations Print

- Avantages, inconvénients, limites
- Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs
- Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique
- Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services
- Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.

Les documentations Web et Digitales

- Avantages, inconvénients, limites
- Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans
- Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
- Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)
- Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo
- Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux

Rédiger les textes

- S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite
- Apprendre à écrire court
- Créer des niveaux de lecture
- Mettre en valeur le texte

Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital

- Argumenter en « bénéfiques clients »
- Choix des messages : se distinguer de la concurrence



Concevoir votre infolettre (newsletter)

Diffuser une newsletter (infolettre) électronique

- Analyse et typologie des newsletters
- Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter
- Repérer les solutions techniques et choisir la solution la plus adaptée aux besoins identifiés :
 - Publipostage avec les outils bureautiques
 - Logiciels dédiés
 - Prestataires spécialisés
- Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN)

Concevoir et réaliser votre newsletter

- Choisir les messages clés à communiquer
- Structurer le contenu de la lettre
- Concevoir la maquette
- Définir la charte graphique
- Bien utiliser la couleur

Enrichir la newsletter

- Ajouter des liens hypertexte
- Illustrer la newsletter avec des photos
- Intégrer les contraintes d'affichage des images
- Veiller à la mise en page et à l'ergonomie

Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture

- Définir des champs d'en-tête pertinents : expéditeur, objet

Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)

Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic

Réseaux sociaux

Présentation-Définitions

L'utilisateur, acteur des réseaux sociaux

Les différents grands réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Tumblr, Foursquare...

Présentation et sélection des outils

Création et valorisation de profil

ESIC

36-38 Avenue PIERRE BROSSOLETTE
92240 MALAKOFF
0153901520
esic@esic-online.com



Bonnes pratiques et utilisation contrôlée

- Profil
- Recommandations
- Mise en relation

Référencement Internet & E-Réputation

Définition

- Moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, métamoteurs, moteurs de moteurs de recherche
- Sites référents

Distinction indexation-référencement-positionnement

Bonnes pratiques de référencement naturel

- Choix de « mots clefs »
- Url, Balises, Densité, Organisation des contenus, liens internes, liens externes
- Contacts, recommandations, commentaires, annonces et actualités
- Lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...)

Techniques de référencement payant

Outils de référencement

Google : Adresse, Shopping, Images, Adwords, Pénalités Google, Analyse et outils

Les différents types de présence sur Internet | Entre référencement et E-Réputation

Site Internet

Moteurs de recherche

Réseaux sociaux

Blogs

Wiki & Espaces collaboratifs

Flux

Fora professionnels

Réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare ...)

Notion de E-Réputation

Définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique | Personnel-Pro

Branding

Les différents types de présence

Risques

Contexte juridique :

- Droit de l'internet
- Obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur)
- Droit des personnes
- Propriété intellectuelle
- Droit de la concurrence
- Droit de la Presse

Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression

Distinction Vie privée / Vie Professionnelle & E-Réputation

Méthodes ou outils de veille

- Se créer une identité numérique & la valoriser
- Veille
- Effacer ses traces
- Se renseigner sur ses interlocuteurs
- Situations de crise et possibilités d'intervention