

## Stratégie digitale

CATEGORIE : C

### Vue d'ensemble

Domaine(s) d'activité professionnel dans lequel(s) est utilisé la certification :

Transverse : ■ **Digital**

Code(s) NAF : **85.42Z**

Code(s) NSF : —

Code(s) ROME : —

Formacode : **32054**

Date de création de la certification : **13/09/2007**

Mots clés : **ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT**,  
**STRATEGIE**, **LEADERSHIP**, **DIGITAL**

### Identification

Identifiant : **4030**

Version du : **08/11/2018**

### Références

Consensus, reconnaissance ou recommandation :

Formalisé :

■ **N/A**

Non formalisé :

- [La transformation digitale des entreprises](#)
- [Performance Digitale des Entreprises Françaises](#)

### Descriptif

#### *Objectifs de l'habilitation/certification*

L'ambition de cette certification est de valider les compétences professionnelles nécessaires aux dirigeants pour faire face aux défis liés aux mutations économiques à l'ère du numérique.

#### *Lien avec les certifications professionnelles ou les CQP enregistrés au RNCP*

- Aucun.

#### *Descriptif général des compétences constituant la certification*

Elle vise les compétences globales suivantes :

- C1. Définir une stratégie en prenant en compte les évolutions et impacts des écosystèmes numériques.
- C2. Identifier et redéfinir les offres produits et services des entreprises au regard des mutations numériques.
- C3. Adapter l'organisation et les procédures de l'entreprise aux évolutions digitales.
- C4. Diffuser dans l'entreprise des nouveaux modes de pensée, de travail et de management en phase avec les bouleversements technologiques.

### Public visé par la certification

- La certification s'adresse à tout professionnel souhaitant contribuer à la transformation numérique des organisations et impulser les innovations futures. Aussi bien chargé de mission, chef de projet, consultant, responsable grands comptes, directeur fonctionnel (marketing, financier, commercial, opérations), directeur général, ou

bien encore producteur audiovisuel ou journaliste.

## Modalités générales

### Par la formation préalable

Durée : vingt-sept journées, soit 189 heures.

Les journées de formation sont réparties sur une période de neuf à dix mois et regroupées en modules de deux ou trois jours pour faciliter l'organisation de la vie professionnelle des participants.

Les périodes d'intersessions sont mises à profit pour développer en équipe (groupe de stagiaire constitué) le projet innovant, en cohérence avec le planning projet défini.

### Par la voie directe ou l'expérience

En cours de développement. Prévision : ½ journée de présentation du mémoire et soutenance, avec éventuellement en complément un test de connaissance ou des études de cas pratique.

## Liens avec le développement durable

Aucun

## Valeur ajoutée pour la mobilité professionnelle et l'emploi

### Pour l'individu

Vision globale des enjeux économique et sociaux relatifs aux transformations numériques.  
Capacité à « embarquer » les équipes dans un projet de transformation de l'organisation en profondeur.  
Fonctionner de manière « intrapreneuriale » et oser porter des projets d'innovation.  
Capacité à maintenir l'engagement de ses équipes dans un contexte ambigu et incertain.

### Pour l'entité utilisatrice

Avoir une stratégie adaptée aux défis des transformations technologiques en œuvre dans son secteur.  
Proposer des services et des produits innovants centrés sur les besoins réels des utilisateurs.  
Gagner en agilité dans la gestion des procédures en interne, et le pilotage du changement.  
Fonctionnement collaboratif, et attitude orienté vers l'apprentissage dans le cadre des tests de nouvelles propositions de valeur.

## Evaluation / certification

### Pré-requis

Connaissances ou expériences en commerce et/ou en gestion.

### Compétences évaluées

#### **C1. Définir une stratégie en prenant en compte les évolutions et impacts des écosystèmes numériques**

1. Analyser les évolutions et impacts économiques et sociaux du numérique

Décrire, expliquer, et anticiper les conséquences des révolutions digitales.

Repérer les signaux faibles de transformations naissantes.

### Centre(s) de passage/certification

- ESSEC EXECUTIVE EDUCATION

Traduire les grands mouvements des révolutions digitales en conséquences concrètes pour sa propre entreprise.

2. Construire une stratégie d'entreprise intégrée dans l'écosystème numérique

Identifier les différentes stratégies des parties prenantes dans l'économie numérique (services, industrie 4.0).

Identifier les options stratégiques à déployer pour répondre au développement des acteurs numériques "pure-players" (qui exercent leur activité commerciale uniquement en ligne).

Confronter la stratégie de l'entreprise aux stratégies de plateformes pour déterminer les menaces et y répondre.

Optimiser les résultats financiers de l'entreprise grâce à ses actifs immatériels pour améliorer sa valorisation.

## **C2. Identifier et redéfinir les offres produits et services des entreprises au regard des mutations numériques**

1. Construire des actions de marketing stratégique dites «client centric» (centrées sur le client) adaptées au numérique

Connaître la démarche globale marketing et contribuer à créer de la valeur dans un environnement classique comme digital.

Etablir et atteindre les bon KPI's (indicateurs de performance) pour l'évaluation des actions de marketing digital.

Bâtir et piloter un plan de transformation de marketing stratégique.

Optimiser l'expérience client et mettre en place une stratégie relationnelle.

2. Créer de la valeur pour l'entreprise en créant de la valeur pour le consommateur

Créer les conditions d'engagement dans la marque de l'entreprise et ses produits/services (brand engagement).

Créer les conditions d'écoute du consommateur.

Engager une conversation personnalisée.

Développer l'engagement à la marque.

Développer l'expérience de marque.

## **C3. Adapter l'organisation et les procédures de l'entreprise aux évolutions digitales**

1. Participer à l'acquisition, au traitement et à la gouvernance des données

Analyser les différentes typologies de data.

Déterminer les besoins en data, les structurer et les traduire en plan stratégique (predictive analytics).

Communiquer les résultats pour faciliter la prise de décision (data visualisation).

Comprendre les territoires d'application de l'internet des objets et du big data.

2. Faire émerger les processus d'innovation continue dans l'entreprise

Questionner les pratiques existantes.

Identifier les routines de l'entreprise et préconiser les dispositifs pour favoriser l'innovation.

Impulser et accompagner l'esprit et les actions intrapreneuriales dans les entreprises.

Développer des méthodes d'animation et de management favorisant la génération d'idées.

Proposer des outils d'accompagnement adaptés (design thinking, pratiques collaboratives en ligne, open innovation).

3. Définir et accompagner une stratégie de changement impliquant le digital

Définir une stratégie de changement pour un projet de transformation digitale.

Décrire et expliquer les étapes d'un plan de transformation digitale.

Diagnostiquer les résistances aux changements et en particulier les éléments propres à la transition numérique (y compris générationnels).

Construire une démarche de conduite du changement utilisant les outils digitaux.

Animer des pratiques collaboratives pour conduire le changement.

**C4. Diffuser dans l'entreprise des nouveaux modes de pensée, de travail et de management en phase avec les bouleversements technologiques**

1. Développer la culture digitale et les pratiques managériales adaptées pour aller vers l'excellence opérationnelle

Promouvoir les méthodes de travail agiles et collaboratives sur les projets de l'entreprise.

Favoriser les comportements innovateurs des collaborateurs de l'entreprise.

Adapter la diffusion de la culture digitale au rythme de fonctionnement et à la maturité de l'entreprise, ajuster la vitesse d'exécution.

Diffuser la philosophie du « test and learn » et modifier le rapport à l'échec.

2. Partager la vision des facteurs clés de succès et valoriser les effets positifs de la culture (état d'esprit) digitale

Promouvoir des valeurs et comportements en adéquation avec les nouveaux défis de l'entreprise.

Agir et manager en vue des inclusions intergénérationnelles.

Valoriser auprès des collaborateurs la confiance et les solutions positives face à l'inconstance, l'imprévisibilité et l'incertitude des contextes de travail.

Encourager les modes collaboratifs, expérientiels et connectés du travail.

Contribuer au développement de nouveaux lieux de travail ouverts, collaboratifs et connectés aux écosystèmes internes et externes.

*Niveaux délivrés le cas échéant (hors nomenclature des niveaux de formation de 1969)*

Non

La validité est Permanente

**Possibilité de certification partielle :** non

Matérialisation officielle de la certification :

Certificat de compétences "Stratégie digitale"

[Plus d'informations](#)

## *Statistiques*

110 certifiés depuis 2007 soit une moyenne de 10 par an.

## *Autres sources d'information*

<http://executive-education.essec.edu/fr/programme/innovation-digital/advanced-certificate-digital-leadership/>