

CATALOGUE DES FORMATIONS 2025

Version 2 - janvier 2025



DIGI|IAN
MANAGEMENT & TRANSFORMATION

Préambule	3
Tirer profit de l'IA générative dans ses activités : ChatGPT et au-delà	4
Culture et transformation digitale	5
Réussir sa communication & son développement commercial avec le Social Selling	6
Développer les compétences en facilitation	7

Votre contact Référent Pédagogique et Référent Handicap

Emmanuel Fraysse

Tel : 00 33 (0)6 62 04 09 27

Mail : ef@digilian.com

Site : www.digilian.com

TARIFS : Les tarifs de nos formations sont élaborés sur étude de votre projet

MODALITÉS D'INSCRIPTION : Par mail ou contact téléphonique, réponse sous 48 heures

DÉLAI D'INSCRIPTION : 15 jours

PRISE EN COMPTE DU HANDICAP : Êtes-vous en situation de handicap ? N'hésitez pas à nous en parler !

Taux de satisfaction des stagiaires global : 4,8 sur 5

Taux de présence des stagiaires général : 93%



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION

Nous vivons une époque dynamique... et turbulente. Le digital est partout, aucun secteur n'est épargné, du marché des biens culturels aux médias en passant par l'industrie. Phénomène fascinant et déstabilisant à la fois mais, en tout cas, riche de promesses.

Encore périphérique il y a 15 ans, le digital est désormais au centre de toutes les attentions. Le web social a ouvert de nouveaux champs des possibles. D'une manière générale, l'approche « Pair à Pair » (Peer2Peer) entre individus force les entreprises à se redéfinir à tous les niveaux : R&D, RH, informatique, marketing, communication, vente, ...

La transformation digitale est une opportunité. L'opportunité de changer les règles, de donner de nouveaux contours à toute entreprise et marché. Comment tirer profit de la digitalisation sociale ? Quelles sont les nouvelles règles du business ? Comment informer, communiquer et vendre à l'ère digitale ? Quid de la mobilité ? Communiquer à l'ère digitale nécessite une bonne compréhension de l'impact des nouveaux médias sur les usages et attentes des cibles, ainsi qu'une bonne utilisation des outils connectés.

Pour répondre à ces questions, l'agence Digilian, spécialisée en Digital Transformation et Intelligence Artificielle, capitalise sur ses opérations de conseil et d'accompagnement pour ses clients afin de proposer des formations concrètes et tournées vers l'action. Toutes les formations proposées tiennent compte des évolutions marché les plus récentes et intègrent des modules de « co-création », c'est-à-dire des exercices pratiques et des mises en situation appliquées spécifiquement à l'entreprise concernée. Objectif : favoriser la transformation numérique qui passe à la fois par une organisation et des process adaptés mais surtout par des hommes et des femmes qui doivent comprendre comment utiliser efficacement les leviers digitaux dans le cadre de leurs fonctions. « Learning by doing », le « fait d'apprendre en faisant » est au cœur de la pédagogie pratiquée par Digilian, une pédagogie résolument pratique dans un contexte d'évolution permanente. Ainsi, au sein de chaque entreprise, grâce à ces formations, les parties prenantes internes sont plus aptes à relever les défis de la digitalisation au quotidien.

TIRER PROFIT DE L'IA GÉNÉRATIVE DANS SES ACTIVITÉS : CHATGPT ET AU-DELÀ

L'IA générative se démocratise et vient bousculer nos méthodes de travail. En 2022, ChatGPT a atteint le million d'utilisateurs en 5 jours. A titre de comparaison, il avait fallu 2,5 mois à Instagram pour arriver à 1 million d'utilisateurs. ChatGPT a fait beaucoup parler de lui mais il y a aussi Midjourney, Dall-e, ... Sans compter les nouveaux arrivants encore à découvrir. Comment en tirer profit ?

Objectif général

Intégrer l'IA dans la stratégie globale

Objectifs pratiques

* Comprendre les apports de l'IA générative dans son quotidien

* Savoir prompter : interroger correctement les applications IA générative

* Développer ses usages au fil des nouvelles versions de ces applications

Méthodologie pédagogique

La méthodologie de formation sera active, basée sur l'interactivité avec les participants et sur les études de cas

Durée : 2 jours (14h de formation)

Pré-requis

Connaissance Internet

Modalités pédagogiques

Formation encadrée par un expert senior du Digital

Modalités d'évaluation

Quizz, exercice pratique

Prochaines sessions :

5 & 6 février 2025

20 & 21 novembre 2025

Taux de satisfaction des stagiaires :

4,8 sur 5

Taux de présence des stagiaires :

97%

Tarifs : sur étude de votre projet

Introduction générale à l'IA

Mythes et réalités

Enjeux et perspectives

Introduction à l'IA générative

Présentation de l'IA générative et ses applications

Différence entre l'IA générative et l'IA prédictive

Les différents types d'IA générative (GANs, VAEs, etc.)

Les réseaux de neurones

Les techniques d'apprentissage (supervisée, non supervisée, par renforcement)

Acteurs et outils de l'IA générative

IA génératrice d'image : Dall-e, MidJourney, Stable Diffusion, ...

IA génératrice de vidéo : Synthesia, Collosyan, ...

IA génératrice de texte et de code : ChatGPT, Jasper, DeepL, ...

Ethique et responsabilité dans l'IA générative

Enjeux éthiques liés à l'utilisation de l'IA générative

Comment éviter les biais et les préjugés dans les modèles

Exemples de cas d'utilisation de l'IA générative posant des problèmes éthiques

Créer des prompts impactants

Les fondamentaux des prompts

Meilleures pratiques pour prompter efficacement

Atelier pratique : création de prompts impactants

Atelier pratique de création de contenu avec l'IA générative

Définition de la stratégie d'intégration de l'IA générative dans ses missions

Marketing/Communication : personnalisation de l'expérience client, titres d'articles, descriptions de produits, messages publicitaires, posts réseaux sociaux, commentaires, ...

RH : fiches de poste, contenu marque employeur, détection des talents, ...

Evaluation et optimisation

Amélioration de son travail grâce à l'IA générative

Mesures des résultats obtenus

Processus d'amélioration continue

Le digital change les règles. La transformation digitale est une opportunité. L'opportunité de changer les règles, de donner de nouveaux contours à toute entreprise et marché. Comment tirer profit de la digitalisation sociale ? Quelles sont les nouvelles règles du business ? Comment informer, communiquer et vendre à l'ère digitale ? Quid de la mobilité ?

Objectif général

Intégrer le digital dans la stratégie globale

Objectifs pratiques

- * Appréhender les enjeux de la transformation digitale pour les entreprises
- * Comprendre les nouvelles règles du business à l'ère digitale
- * Favoriser l'appropriation de méthodes et d'outils pour digitaliser son entreprise
- * Partager les meilleures pratiques digitales

Méthodologie pédagogique

La méthodologie de formation sera active, basée sur l'interactivité avec les participants et sur les études de cas

Durée : 2 jours (14h de formation)

Pré-requis

Connaissance Internet

Modalités pédagogiques

Formation encadrée par un expert senior du Digital

Modalités d'évaluation

Quizz, exercice pratique

Prochaines sessions :

5 & 6 février 2025

20 & 21 novembre 2025

Taux de satisfaction des stagiaires :

4,9 sur 5

Taux de présence des stagiaires :

95%

Tarifs : sur étude de votre projet

La révolution digitale en bref

Du web au web social

Enjeux et perspectives du web social

Mythes et réalités de l'ère digitale

Le digital : panorama des acteurs du marché

GAFAM : Google, Apple Facebook, Amazon, Microsoft

BAT : Baidu, Alibaba, Tencent

Acteurs européens et asiatiques émergents

Le digital : panorama des nouveaux usages et des technos en vogue

Nouveaux usages : achat, paiement, livraison, ...

Technologies en vogue : QR code, RFID, impression 3D, ...

Les nouveaux leviers du marketing / communication digitale

Inbound marketing : attirer et retenir les clients

La convergence des médias : paid, owned & earned media

Brand content & content marketing

Le web social, nouvel eldorado pour les marques

Community management & dialogue avec les communautés

La stratégie d'influence sur les médias sociaux grand-public

La stratégie d'influence sur les médias sociaux professionnels

Le contrôle et le suivi des résultats sur le web social

Vendre à l'ère digitale

Du commerce à l'omni commerce

Zoom sur le SoLoMo

La révolution mobile et le m-commerce

Panorama des nouvelles règles du business

Relation client : les points de contact digitaux

Stratégie et finances : modèles économiques et digitalisation

Expérience Utilisateur : Design de service & gamification

La transformation digitale des entreprises en pratique

Enjeux et perspectives de la transformation digitale

Définir une stratégie digitale adaptée

Evaluer la maturité digitale de son organisation

Le social selling change les règles. Les réseaux sociaux constituent une opportunité. L'opportunité de changer les règles, de donner de nouveaux leviers de business pour toute entreprise et marché. Comment tirer profit du Social selling ? Comment mieux informer, communiquer et vendre grâce au Social Selling à l'ère digitale ?

Objectif général

Intégrer le Social selling dans la stratégie globale

Objectifs pratiques

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Segmenter son portefeuille, cibler ses interlocuteurs et se différencier sur son marché
- Définir ses objectifs commerciaux et de communication
- Développer une stratégie de contenu influente et adaptée à ses cibles
- Concevoir un plan opérationnel d'actions multicanales

Méthodologie pédagogique

La méthodologie de formation sera active, basée sur l'interactivité avec les participants et sur les études de cas

Durée : 2 jours (14h de formation)

Pré-requis

Connaissance Internet

Modalités pédagogiques

Formation encadrée par un expert senior du Digital

Modalités d'évaluation

Quizz, exercice pratique

Prochaines sessions :

15 & 16 janvier 2025

16 & 17 octobre 2025

Taux de satisfaction des stagiaires : 4,7 sur 5

Taux de présence des stagiaires : 92%

Taux de présence des stagiaires : 92%

Taux de présence des stagiaires : 92%

Tarifs : sur étude de votre projet

Réussir son développement commercial grâce au marketing

- Le développement commercial passe par une stratégie marketing et par la maîtrise des réseaux
- La segmentation et le ciblage : l'adaptation obligatoire de sa stratégie commerciale
- Construire un discours cohérent et efficace en prenant en compte les éléments différenciants

Réussir son développement commercial avec les nouveaux outils du e-marketing

- Inbound marketing : Acquérir (audience / diginautes), Convertir (lead / prospects), Vendre (achat / clients), Fidéliser (vente croisée et additionnelle / satisfaction client)
- Les médias du marketing direct omnicanal en actions (mailing, e-mailing, promotions, évènements, salons, SMS, référencement ou blogs, mobile, les réseaux sociaux ...)
- Optimiser l'utilisation de l'outil commercial / CRM

Se développer grâce au Social Selling

- Gérer et développer ses réseaux professionnels
- Maîtrise des fonctions avancées des réseaux sociaux professionnels (LinkedIn, ...)
- Expérimentation de mise en contact efficace sur les réseaux sociaux

Mesurer pour optimiser

- Des indicateurs aux tableaux de bord
- Les indicateurs clés de votre plan marketing digital
- Optimisation des outils de mesure

La facilitation devient la norme dans le management et l'animation d'équipe et de projet. Comment mettre en œuvre l'intelligence collective pour être créatif et performant dans ses réunions ? La facilitation repose sur des méthodologies, des techniques et des outils à connaître ainsi qu'une posture à acquérir.

Objectif général

Savoir animer des équipes en mettant en œuvre l'intelligence collective grâce à la facilitation

Objectifs pratiques

- * Connaître les outils et techniques de facilitation
- * Développer sa posture de facilitateur
- * Savoir faciliter des réunions ou ateliers de travail

Méthodologie pédagogique

La méthodologie de formation sera active, basée sur l'interactivité avec les participants et sur la mise en pratique par des ateliers

Durée : 2 jours (14h de formation)

Pré-requis

Aucun

Modalités pédagogiques

Formation encadrée par un coach senior en Management

Modalités d'évaluation

Quizz, exercice pratique

Prochaines sessions :

2 & 3 avril 2025
11 & 12 décembre 2025

Taux de satisfaction des stagiaires : 4,5 sur 5

Taux de présence des stagiaires : 94%

Tarifs : sur étude de votre projet

Le processus de la facilitation

- Les prérequis pour réussir une facilitation
- Découvrir les phases de la facilitation

La phase d'Inclusion

- Les principes de l'inclusion
- Les principaux outils d'inclusion
- Atelier applicatif : faciliter avec l'un de ces outils d'inclusion

La phase de divergence

- Les principes de la divergence
- Les principaux outils de divergence
- Atelier applicatif : faciliter avec l'un de ces outils de divergence

La phase d'émergence

- Les principes de l'émergence
- Les principaux outils d'émergence
- Atelier applicatif : faciliter avec l'un de ces outils d'émergence

La phase de convergence

- Les principes de la convergence
- Les principaux outils de convergence
- Atelier applicatif : faciliter avec l'un de ces outils de convergence

La posture de facilitateur

- Test : quel est votre style de facilitation ?
- Les 5 principes du rôle du facilitateur
- Partage d'expérience

BONUS : ATELIERS SPÉCIFIQUES

Afin de répondre à des problématiques spécifiques liées à l'activité de l'entreprise concernée, Digilian propose des ateliers action (workshops). Ces ateliers action permettent de mettre les participants en situation réelle en tenant compte de leurs besoins dans leurs activités professionnelles et de la stratégie de l'entreprise. Ces ateliers s'inscrivent dans une démarche d'accompagnement et peuvent durer chacun entre 1/2j et 1j.

De plus, ces ateliers peuvent être proposés en complément de formations.

Exemple : 1 à 2 jours de formation "Culture et transformation digitale" puis 1 jour d'atelier pratique

Quelques sujets d'ateliers :

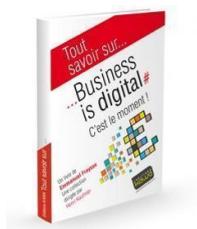
- Améliorer le parcours utilisateur
- Lancer de nouveaux services
- Améliorer sa productivité avec les outils mis à disposition par l'entreprise
- ...

Profil des dirigeants



Digitaliseur depuis + de 20 ans, **Emmanuel Fraysse** a travaillé dans les start-ups puis a créé sa propre agence de conseil en Digital Marketing. Ensuite, il a rejoint MSN France (Microsoft) avant de participer au développement des activités digitales du groupe media Infopro Digital.

Fondateur de Digilian, agence spécialisée en Business Transformation, il est par ailleurs enseignant depuis 10 ans (Sciences Po Paris, Université Paris Ouest, Novancia, Gobelins, ...) et auteur de plusieurs livres.



Son livre « Business is Digital – C'est le moment » a été adapté en anglais et en russe.

Son empreinte digitale :

- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/emmanuelfraysse/>
- Site : www.digilian.com

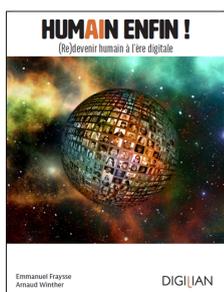


Arnaud Winther mène des projets de transformation depuis plus de 20 ans dans des grands groupes et ETI. Spécialiste du Lean Management, management de l'innovation et management agile, Arnaud accompagne ses clients dans leurs projets stratégiques.

Co-gérant de Digilian, agence spécialisée en Digital Business Transformation, il est par ailleurs coach certifié.

Son empreinte digitale :

- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/arnaudwinther>
- Site : <https://www.digilian.com/>



Leur dernier livre « Humain enfin ! – (Re)devenir humain à l'ère digitale » est paru en 2020.