

DIGITAL@MODE



Le nouveau programme de transformation digitale du secteur de l'habillement

Financé par le DEFI et en collaboration avec les Fédérations

La mode représente aujourd'hui un marché à forte concurrence où les tendances et les attentes évoluent de jour en jour. La pandémie a néanmoins mis en lumière un constat : le numérique est vital pour les marques.

Bien plus qu'un site e-commerce ou un profil sur les réseaux sociaux, le numérique est l'opportunité pour les marques d'aller de l'avant et de se démarquer.

Véritable levier de croissance, le numérique vous permet de développer votre chiffre d'affaires.

Il vous propose également une nouvelle façon d'interagir avec vos clients, de mieux connaître leurs besoins, mais il réinvente aussi la manière de créer, de produire et de proposer une nouvelle expérience.



DIGITAL@MODE est né de cette ambition.

Quel que soit votre niveau de maturité digitale, ce programme adapté vous permettra :

- de porter un regard critique sur votre organisation,*
- de vous former tout en vous donnant les moyens de vous développer ainsi que vos collaborateurs,*
- de modifier vos méthodes, en utilisant de nouveaux outils, dans un environnement en évolution permanente.*

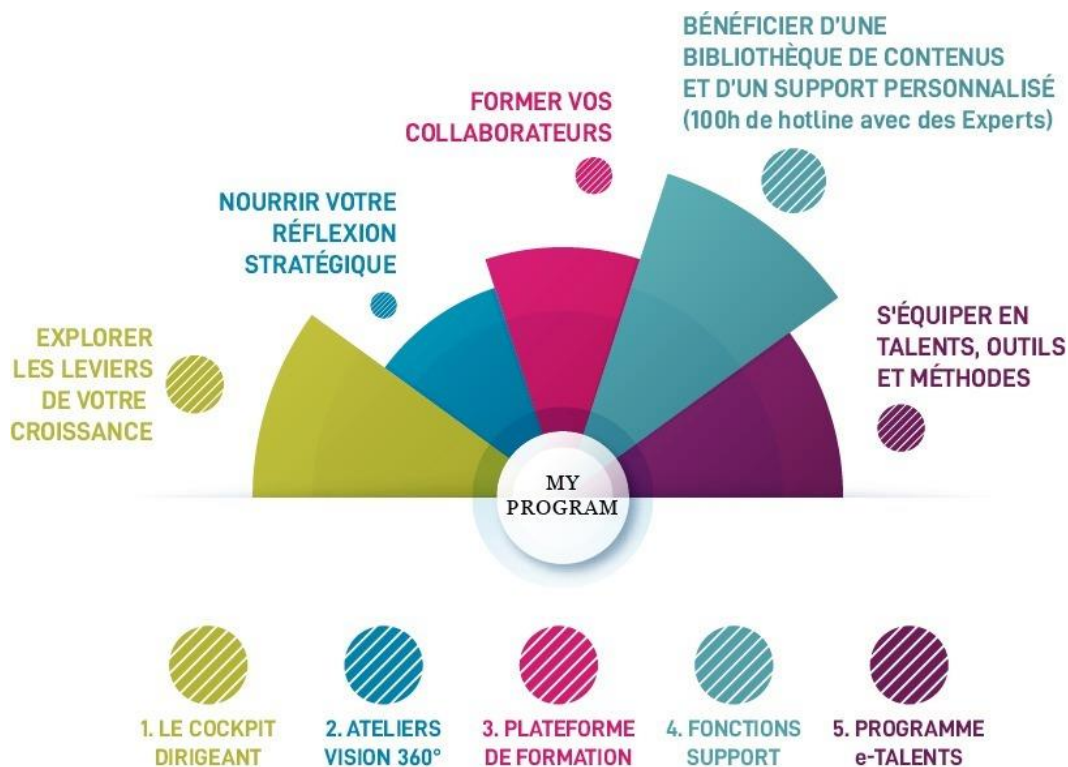
DIGITAL@MODE. Pour qui ?

Pour toutes les entreprises du secteur de la Mode répondant aux critères suivants :

- Être à jour de la taxe affectée de l'habillement*
- Avoir un chiffre d'affaires minimum de 50K€*
- Avoir un chiffre d'affaires en chaine et trame minimum de 30%*
- Disposer d'un site internet et/ou être présent sur une plateforme digitale*
- Etre réellement engagé*

DIGITAL@MODE. En Pratique

Un programme 100% en ligne avec des temps forts individuels et collectifs.



Le COCKPIT Dirigeant

15 minutes pour explorer les leviers de votre croissance.

36 questions pour un diagnostic expert qui vous permet d'analyser et de visualiser votre niveau de maturité digitale. L'occasion de faire le point sur votre organisation, ses forces, ses faiblesses.

A l'issue de ce questionnaire, des recommandations stratégiques opérationnelles vous sont proposées, couplées à un programme de formation personnalisé visant à former vos collaborateurs aux enjeux digitaux de l'entreprise.

Vous êtes également invité à définir les indicateurs de performances clés de votre entreprise. Véritables marqueurs temporels, ils vous permettront de suivre son évolution dans le temps et de porter un regard critique et objectif sur sa progression.

Et pour les 100 premières entreprises inscrites

Des ateliers Visions 360°

Une journée dédiée aux dirigeants (ou membres de Direction) pour nourrir votre réflexion stratégique, animée par Maxime Coupez.

20 dirigeants par session. 1 expert. 1 journée pour analyser/comprendre les enjeux du digital pour le secteur de la mode, faire le point sur les résultats de votre Cockpit, vos objectifs et vous permettre de prendre en main votre outil de formation.

Une plateforme de formation 100% en ligne

Un programme personnalisé sur 7 semaines à raison d'1 journée par semaine pour les équipes

Invitez vos collaborateurs à s'inscrire, sélectionnez leurs parcours parmi un catalogue de 54 formations réparties par niveau de maturité digitale disponibles dès le lancement, suivez l'évolution de vos équipes, leurs progrès, leurs performances.

Avec plus de 1000 heures contenus, conçus et mis en place par des experts pédagogiques selon des techniques innovantes visant à favoriser l'expérimentation, l'assimilation et l'autonomie (taxonomie de Bloom, méthode inversée), donnez à vos collaborateurs la possibilité de développer leur savoir-faire et leurs connaissances en toute sérénité.

Synchronisés avec le Cockpit, vos indicateurs de performance évoluent à chaque fois qu'une compétence est acquise. Vos collaborateurs évoluent, progressent et à travers eux, c'est toute l'entreprise qui avance.

Une bibliothèque de contenus et des fonctions Support

Une expertise stratégique Métiers pour vous conseiller au quotidien

Des experts à votre disposition

Disponibles 1H par mois par entreprise pour des RDV personnalisés en hotline (100H au total financé par ce programme pour l'ensemble des experts)

Des ateliers pratiques

En collectif ou en 1 to 1, participez à des Workshops d'expérimentation pratiques.

Le programme Oreegami / e-Talents

Pour 20 entreprises, la possibilité de recruter des jeunes talents DIGITAL@MODE spécialement formés à vos enjeux.

Fin des inscriptions au programme e-Talents : Juin 2021.

ANNEXE

I - Les dates du programme par profil

Nous vous proposons des premières dates par parcours fin Mai, Juin et Juillet. Les prochaines dates auront lieu dès Septembre jusqu'à fin Décembre 2021.

Si nous constatons un grand nombre d'inscriptions, nous aurons la flexibilité d'ajouter des dates ou d'en modifier certaines.

Pour rappel :

- 1 JOURNEE "KEYNOTE VISION 360" :
Cible : 20 dirigeants par journée
pas de critère de maturité digitale pour cet atelier
- 6 JOURNEES "ATELIERS PRATIQUES" :
Cible : 10 entreprises par journée
3 parcours proposés selon maturité digitale (Novice, Intermédiaire et Expérimenté) avec possibilité de personnaliser son propre parcours en retenant les modules adaptés à son niveau de maturité par expertise.
- 100H HOTLINE EXPERTS
1H PAR MOIS PAR EXPERT ET PAR ENTREPRISE

> Parcours NOVICE

| | | Jeudi 27 ou vendredi 28/05 | Jeudi 03/06 | Jeudi 10/06 | Jeudi 17/06 | Jeudi 24/06 | Jeudi 01/07 | Jeudi 08/07 |
|--------------------|----------------|-------------------------------------|--------------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------|------------------------|
| Parcours Novice | Matin | 360° | Réseaux Sociaux Module 1 | Mesure Module 1 | Conversion Module 1 | Réseaux Sociaux Module 2 | RGPD Module 1 | Conversion Module 2 |
| | Après- Midi | 360° | Acquisition Module 1 | Mesure Module 2 | Fidélisation Module 1 | Acquisition Module 2 | Fidélisation Module 2 | RGPD Module 2 |

> Parcours INTERMEDIAIRE

| | | Jeudi 27 ou vendredi 28/05 | Mardi 08/06 | Mardi 15/06 | Mardi 22/06 | Mardi 29/06 | Jeudi 08/07 | Mardi 20/07 |
|---------------------------|----------------|-------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Parcours Intermédiaire | Matin | 360° | Mesure Module 1 | RGPD Module 1 | RGPD Module 2 | Conversion Module 2 | Réseaux Sociaux Module 2 | Fidélisation Module 2 |
| | Après- Midi | 360° | Mesure Module 2 | Conversion Module 1 | Réseaux Sociaux Module 1 | Acquisition Module 1 | Fidélisation Module 1 | Acquisition Module 2 |

> Parcours EXPERIMENTE

| | | Jeudi 27 ou vendredi 28/05 | Mardi 01/06 | Jeudi 10/06 | Jeudi 17/06 | jeudi 24/06 | Mardi 06/07 | Mardi 20/07 |
|-------------------------|----------------|-------------------------------------|-----------------------|------------------|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| Parcours Expérimenté | Matin | 360° | Mesure Module 1 | RGPD Module 1 | Réseaux Sociaux Module 1 | Conversion Module 1 | Conversion Module 2 | Réseaux Sociaux Module 2 |
| | Après- Midi | 360° | Mesure Module 2 | RGPD Module 2 | Acquisition Module 1 | Fidélisation Module 1 | Acquisition Module 2 | Fidélisation Module 2 |

II - Détails des formations et présentation des experts

Thématique 1 : EFFICACITÉ DE LA MESURE DIGITALE, animée par Jean Baptiste Leroy.
Depuis plus de 20 ans, Jean Baptiste Leroy est l'expert en mesure digitale : de la collecte de la donnée à la visualisation de ses KPIs.

- Novice :

Objectif : Acquérir les bases du "tracking" et du "monitoring" pour mieux comprendre comment piloter votre activité digitale avec efficacité.

- Définir le fonctionnement de la collecte des données.
- Interpréter correctement les indicateurs de succès (KPI).
- Paramétrer simplement Google Universal Analytics.
- Construire une matrice de suivi de mes activités de marketing digital payant.
- Réaliser un tableau de bord personnalisé dans Google Analytics.

- Intermédiaire :

Objectif : Passer à l'action et devenir autonome sur votre pilotage afin d'analyser avec efficacité vos actions et plateformes en vue de les optimiser.

- Définir le fonctionnement de la collecte des données et les KPIs.
- Paramétrer en profondeur Google Universal Analytics avec la brique E-Commerce amélioré.
- Installer Google Tag Manager et son dataLayer.
- Paramétrer des tags médias dans Google Tag Manager.
- Réaliser un plan de taggage et vérifier la fiabilité de ma donnée.

- Expérimenté :

Objectif : Vos outils sont paramétrés et vous avez une bonne compréhension des enjeux, il s'agit d'aller plus loin dans l'optimisation de vos actions et plateformes digitales

- Définir le fonctionnement de la collecte des données et les KPIs.
- Identifier les bons outils pour les bons besoins (panorama des outils Adtech - Martech).
- Eviter les biais d'interprétation de la données (duplication - attribution / contribution).
- Faire une datavisualisation sous Google DataStudio (mono source).

Thématique 2 : ACQUISITION, animée par Lucie Figueira de Quintal, Julie Foulon et Pauline Picard de l'agence The Other Store

Expertes métier depuis plusieurs années, Lucie, Pauline et Julie accompagnent une vingtaine de marques retail au sein de l'agence e-commerce The Other Store autour des sujets stratégiques d'acquisition de trafic.

- Novice:

Objectif : Définir les fondements de l'acquisition de trafic.

- Identifier les leviers d'acquisition et leur contribution dans le tunnel de conversion.
- Tracker afin de pouvoir analyser et optimiser les campagnes digitales.
- Analyser un reporting d'acquisition autour d'un cas pratique.

- Intermédiaire :

Objectif : Mettre en place des campagnes performantes et savoir analyser les résultats.

- Apprendre à analyser la performance des campagnes d'acquisition.
- Identifier les flux produits pour faciliter la mise en place et l'optimisation des campagnes.
- Définir et mettre en place une stratégie Social Ads performante.
- Comprendre et maîtriser le référencement gratuit (SEO) et payant (SEA) sur Google, ainsi que les synergies possibles entre ces deux leviers.

- Expérimenté :

Objectif : Intégrer sa stratégie d'acquisition au sein de sa stratégie digitale globale et apprendre à définir un plan média.

- Définir sa stratégie d'acquisition de trafic qualifié
- Mettre en place une stratégie social ads full funnel.
- Mettre en place une stratégie SEA grâce aux différents produits Google.

Thématique 3 : FIDÉLISATION, animée par Typhaine Ducasse

Experte en CRM depuis plus de 15 ans, Typhaine Ducasse travaille au sein de l'agence e-commerce The Other Store à recruter et développer la fidélisation des clients via des solutions marketing personnalisées et efficaces.

- Novice :

Objectif : Identifier les enjeux & leviers de fidélisation client.

- Utiliser les bases de la connaissance client dans votre stratégie de fidélisation.
- Produire des newsletters efficaces et pertinentes.
- Identifier les principaux indicateurs de performances (KPIs) à suivre pour optimiser les campagnes d'email marketing.

- Intermédiaire :

Objectif : Identifier les enjeux de fidélisation client et utiliser les A/B tests comme levier d'apprentissage.

- Identifier le plan d'emails automatisés prioritaire à mettre en place.
- Utiliser la connaissance client afin de mettre en place différents ciblages pour gérer votre relation client au quotidien.
- Produire des newsletters efficaces et pertinentes avec un focus sur les mails responsives.

- Expérimenté :

Objectif : Utiliser la connaissance client de manière fine pour optimiser votre relation client.

- Produire des newsletters efficaces et pertinentes avec un focus sur les méthodes de personnalisation.
- Construire un plan d'emails automatisés pour couvrir tout le parcours client.
- Établir un programme de fidélité adapté et efficace.

Thématique 4 : CONVERSION ON-SITE, animée par Marianna Minaudo & Lucas Deschamps
Experte en stratégie e-commerce, Marianna Minaudo accompagne les entreprises sur leurs problématiques d'e-merchandising, trade marketing, gestion de leur offre, optimisation des KPI logistiques et SAV ainsi que sur leur reporting d'activité digitale.

Avec plus de 7 ans d'expérience dans le secteur du e-commerce, Lucas Deschamps accompagne des marques dans le développement de leur stratégie digitale, le suivi et pilotage de l'activité, l'optimisation du parcours client et de la transformation ainsi que le déploiement sur les canaux Marketplace.

- Novice

Objectif : Définir et comprendre les fondations de la conversion e-commerce pour gérer et animer un site.

- e-Merchandising : identifier les éléments clés de votre site e-commerce et apprendre à les optimiser.
- Identifier les best practices UX.
- Optimiser la conversion lors des Soldes.

- Intermédiaire

Objectif : Définir les fondations de la conversion e-commerce pour une e-boutique plus performante.

- Identifier et décomposer les facteurs qui peuvent impacter le Ratio de consultation des fiches produit, le Taux d'ajout au panier et le Taux d'achat.
- Identifier le comportement des utilisateurs en ligne pour optimiser son site e-commerce.
- Apprendre à optimiser la conversion lors des Soldes.

- Expérimenté

Objectif : Augmenter les ventes de votre site Web sans avoir besoin d'un trafic plus important en apprenant à identifier et décomposer les facteurs qui peuvent impacter le taux de conversion.

- Apprendre à analyser et décortiquer le taux de conversion par dispositif et par canal d'acquisition.
- Apprendre à identifier les autres metrics liées à la conversion.
- Examiner les secrets que les sites Web à fort taux de conversion utilisent pour augmenter leurs ventes.
- Apprendre à optimiser la conversion lors des Soldes.

Thématique 5 : RÉSEAUX SOCIAUX, animée par Aurélie Moulin

Experte en Marketing Instagram, Aurélie Moulin audite les comptes des entreprises et réalise des recommandations stratégiques. Formatrice et coach Instagram dans l'objectif de rentabiliser votre communication et vos campagnes sur Instagram.

- Novice

Objectif : Déterminer les enjeux et l'algorithme Instagram

- Mettre en place la bonne organisation pour gérer ses réseaux sociaux
- Définir l'algorithme d'Instagram et Facebook
- Actionner les leviers organiques pour être plus visibles sur Instagram

- Intermédiaire

Objectif : Apporter de l'efficacité dans ses actions de communication sur Instagram

- Définir les différents KPI d'engagement et comment les mesurer.
- Publier des contenus engageants sur Instagram et Facebook.
- Interagir avec sa communauté qualifiée.

- Expérimenté

Objectif : Utiliser les réseaux sociaux pour atteindre ses objectifs de vente et se lancer en influence marketing

- Adopter la stratégie de contenu adéquate pour vendre plus sur Instagram et Facebook.
- Bien optimiser Instagram/Facebook Shopping.
- Lancer des campagnes d'influence marketing.
- Rentabiliser ses campagnes publicitaires.

Thématique 6 : CYBER SÉCURITÉ ET RGPD, animée par Corinne Plourde

Après un doctorat en Informatique, Corinne Plourde est aujourd'hui présidente d'un centre de formation professionnelle continue spécialisée dans la DATA.

- Novice

Objectif : Identifier les enjeux de la sécurité des données appliqués au secteur de la Mode en vue de s'aligner aux réglementations en vigueur.

- Lister les concepts fondamentaux en matière de protection de données.
- Concilier protection des données et contraintes sectorielles.
- Acquérir les bons réflexes pour assurer la sécurité et la confidentialité des données.
- Mettre en marche une démarche de mise en conformité.

- Intermédiaire

Objectif : Définir, analyser et mettre en œuvre un plan d'action pour s'aligner aux réglementations en vigueur.

- Identifier les changements majeurs apportés par le Règlement Européen (RGPD).
- Analyser les implications opérationnelles en tant que sous-traitant.
- Définir et mettre en œuvre un plan d'actions pour se conformer aux nouvelles règles.

- Expérimenté

Objectif : aller plus loin dans la gestion des cookies de vos utilisateurs

- Adapter ses campagnes d'(e-)marketing et/ou son activité e-commerce au nouveau règlement européen de protection des données personnelles (RGPD).
- Gérer le consentement de vos utilisateurs, clients, prospects.
- Déterminer les bonnes méthodes pour sa mise en conformité pour les cookies et les traceurs.

III - Remerciements à tous les partenaires

*Ce programme a été conçu et réalisé en collaboration avec nos partenaires :
Creative Valley, The Other Store et Oreegami*



THE OZ

