

Réussir la transformation digitale de son cabinet

Une formation 100% opérationnelle

4 jours pour...

- Optimiser votre organisation
- Monter en compétences vos collaborateurs
- Proposer de nouvelles missions
- Faire adhérer vos clients et vos équipes

Pour qui ?

Dirigeants, chefs de mission, managers, référents numériques



Jour 1

Les enjeux de l'existant

Analyser les conséquences de la transformation digitale et **identifier** les parties prenantes concernées.

Comprendre les attentes des clients et des cabinets pour **aligner** les objectifs.

Définir les résultats attendus de la transformation.



Analyser l'état actuel pour **transformer** les enjeux en opportunités.

Techniques pour faire **adhérer** les équipes aux transformations.

Engagement des équipes dans le **processus** de changement.

Création d'un questionnaire « État des lieux »

Méthodes d'animation d'ateliers et de conduite d'entretiens



Définir ses orientations

Améliorer les relations avec les clients, l'offre de services, l'organisation interne et les ressources humaines.
Construction d'un plan d'actions opérationnel pour **atteindre** les objectifs.

Élaboration du plan d'actions 360°

Optimisation du temps pour mieux servir les clients.

Accompagnement des chefs d'entreprise avec de nouvelles offres.

Formation et **accompagnement** des équipes avec un calendrier défini.

Création et **animation** des groupes de travail

Focus sur l'organisation, les processus, la relation client et les aspects sociaux/juridiques.

Méthode pour **élaborer** un plan d'actions, conduire des projets et animer des équipes.



Jour 3

Atelier pratique

Exemples **concrets** pour la création d'une offre de co-pilotage client basée sur des indicateurs de gestion.

Démonstration de la création d'une offre différenciatrice.

Compréhension de toutes les étapes de collecte et de restitution des données client.

Engagement des équipes dans le respect des engagements pris.
Déploiement de l'offre de services.



Jour 4

Plan d'actions commercial

Définir les **objectifs** commerciaux et les moyens pour les atteindre.
Établir un pitch commercial et **préparer** l'approche client.

Élaborer, lancer et accompagner le plan d'actions commerciales.
Organisation et **accompagnement**

Mise en place de pilotes et **déploiement** des stratégies.

Maintenir le rythme des actions pour garantir le succès à long terme.

