

# Fiche d'Expression de Besoin de Formation

## (Stratégie e-business, web-Marketing)

**Organisme demandeur :** Sup de Vente

**Adresse :** 51, Boulevard de la Paix, 78100 Saint Germain en Laye

**Date de la demande :**

### 1) Contexte et raison de la formation recherchée :

Dans un contexte de digitalisation de la fonction commerciale, l'Ingénieur d'affaire doit savoir intégrer le web-marketing dans sa stratégie de développement. Il s'agit d'analyser voire définir la stratégie digitale B2B, de connaître les bonnes pratiques et les grandes tendances du secteur.

### 2) Objectifs poursuivis

- Capacité à mettre en perspective et anticiper les évolutions.
- Capacité d'analyser la stratégie d'une entreprise
- Construire une stratégie d'acquisition online B2B
- « Pitcher » une stratégie e-business crédible et réaliste

### 3) Résultats à atteindre :

A la fin de la formation, les participants seront capables de :

- ✓ Comprendre ce qu'est une stratégie e-business
- ✓ Faire le lien entre business model et stratégie digitale
- ✓ Connaitre les bonnes pratiques, les outils et les leviers actuels en B2B
- ✓ Savoir influencer le parcours d'achat d'une cible prospect B2B
- ✓ Utiliser sa créativité pour construire une stratégie e-business adaptée à un cas spécifique.

Résultat attendu :

- Comprendre le parcours d'achat en B2B - comment l'influencer (INBOUND vs OUTBOUND)
- Construire d'une stratégie d'acquisition et de fidélisation

### 4) Public concerné :

Etudiants en alternance :

Niveau Bac +5 : Manager en Ingénierie d'affaires

### 5) Condition de réalisation de la formation,

Durée de la formation : 2 jours

Nombre prévisionnel de groupes : 9

Période : septembre 2019 à juillet 2020

Modalités pratiques de fixation des dates de formation : transmission avant fin juillet 2019

Lieu : La formation se déroule à Saint Germain en Laye et à Paris

Effectif : Maximum de participants par session : entre 15 et 25 apprenants

Méthodes pédagogiques : apports théoriques, cas pratiques, best practices

Supports de cours : à transmettre au responsable pédagogique au plus tard 15 jours avant la première intervention.

Version numérisé mise à la disposition des apprenants sur Blackboard (LMS de Sup de Vente)

Evaluation : Analyse de stratégie digitale B2B, construire et « pitcher » une stratégie digitale

## **6) Profils recherchés**

Enseignant ou consultant(e) diplômé(e) niveau Bac+4/5 de formation Marketing digital, études et bases de données, e-commerce.

**Rédacteur de Sup de Vente** : Heike JABOT

**Date** : 12 juin 2019

**Signature**