



R.6 – Gérer sa e-réputation

Internet a démocratisé la publication des avis, opinions sur les marques et entreprises; amplifiés par les réseaux sociaux et les blogs. La e-réputation est désormais un nouvel enjeu pour la pérennité de l'entreprise.



Réseaux sociaux

Méthode interactive

Théorie et cas pratiques

1 Jour ou 7 H

INTER: le groupe 690 € HT (1 à 4 pers.)

INTRA: 450 € HT / pers. (maxi 4 pers.)

Objectifs

- Mesurer, gérer et valoriser sa e-réputation
- Développer l'engagement de ses clients vis-à-vis de la marque
- Mettre en place une veille de réputation
- Réagir en situation de crise

A la fin de la formation, le stagiaire comprendra les composantes de la e-reputation et saura gérer un good et bad buzz.

Itinéraire et contenu pédagogique

Session 1 : 0,5 J

• Comprendre les usages « 2.0 » d'expressions sur Internet

Le dispositif digital de l'entreprise / Panorama des réseaux sociaux / Clés de fonctionnement pour gérer sa e-réputation /

• Veille et monitoring de la e-réputation

Cartographie et sélection d'un outil de veille / Audit d'identité numérique

• Construire sa e-réputation

Exploiter les réseaux sociaux / Collaborer avec des blogs / Repérer les influenceurs / techniques d'achats publicitaires pour construire sa e-reputation

Session 2 : 0,5 J

• Produire un contenu de marque « riche »

Définition du brand content / Produire un contenu rich media / Les leviers d'un good buzz.

• Gérer une situation de crise

Bonnes pratiques en amont de la crise / Réactions en situation de crise à travers des exemples concrets /

Evaluation orale fin de formation

Pour qui ?

Dirigeant, poste commercial, poste marketing/communication.

Prérequis

Etre à l'aise avec internet.
QCM d'évaluation formalisé.

Lieu & horaires

Sur site client ou en salle extérieure.
9h-12h et 13h-17h

Organisation pédagogique : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu

Moyens Pédagogiques :

Tutoriel remis en fin de formation

Moyens Techniques :

Salle avec wi-fi et video-projecteur
Apporter son PC portable ou sa tablette.

Encadrement : Formatrice titulaire d'une Maîtrise ou d'un Master en marketing

Suivi d'exécution

Feuille de présence signée par demi-journée

Résultats

En fin de module, évaluation orale + enquête satisfaction.