

COM-15

E-REPUTATION : SURVEILLER ET AMELIORER L'IMAGE DE SON ENTREPRISE

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :

- Mesurer, gérer et valoriser son e-réputation
- Elaborer une stratégie de présence et de positionnement sur les réseaux sociaux
- Organiser sa veille d'e-réputation
- Identifier les outils et applications permettant d'améliorer son e-réputation

CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :

- **Pourquoi chercher à valoriser son e-réputation ?**
 - ✓ Définition de l'e-réputation.
 - ✓ Les sources d'influence.
 - ✓ L'évolution de l'expérience client.
 - ✓ L'avènement du "consomm-acteur" : usages et outils.
 - ✓ Le rôle des salariés et les risques potentiels.
 - ✓ Les impacts sur la marque.
 - ✓ Influence et gestion des avis de consommateurs.
- **Un nouveau mode de communication**
 - ✓ Les grands usages des réseaux sociaux et leurs tendances actuelles.
 - ✓ Pour quelles applications métiers ?
 - ✓ Les implications pour les modèles B2B.
- **Le besoin d'une démarche collaborative**
 - ✓ Le nouveau visage du marketing en ligne : de la communication à la conversation.
 - ✓ Le nouvel enjeu : l'"attention marketing".
 - ✓ Répondre aux attentes, jouer le jeu du collaboratif.
 - ✓ Humaniser la relation : animer sa communauté.

- **S'engager réellement pour se différencier**
 - ✓ Au-delà des réseaux sociaux grand public.
 - ✓ Aller plus loin dans l'engagement.
 - ✓ La tentation du buzz.
- **Organiser sa veille d'e-réputation**
 - ✓ Définir son périmètre de veille et ses objectifs.
 - ✓ Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
 - ✓ Les outils de veille gratuits.
 - ✓ Utiliser Twitter comme outil de veille.
 - ✓ Les solutions de veille professionnelles.
- **Gérer son e-réputation**
 - ✓ Impacts sur l'organisation et les rôles.
 - ✓ Codes et usages de la communication sur les réseaux sociaux.
 - ✓ Gérer la crise et les critiques.
 - ✓ Le droit à l'oubli et ses limites.
- **Méthodologie et organisation**
 - ✓ Rappel des étapes de mise en place d'une stratégie de valorisation de l'e-réputation.
 - ✓ L'importance des contenus dans sa stratégie de e-réputation.

PUBLIC CIBLE :

- Web-marketeur
- Responsable marketing
- Responsable communication
- Chef de produit ou chef de projet.

DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

ANIMATEUR :

Formateur spécialisé