

Objectifs :

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

Public concerné et prérequis :

Web-marketeur, responsable marketing, responsable communication, chef de produit ou chef de projet.
Connaissances de base en marketing.

Qualification des intervenants :

Formation animée par un consultant spécialisé

Moyens pédagogiques et techniques :

Vidéo-projecteur, Paper-board
Evaluation pratique avant la formation et au début de la formation pour confirmer le niveau des participants
Apports théoriques, Exercices tout au long de la formation,
Un ordinateur par participant fourni par le centre
Support de cours

Durée, effectifs :

14 heures.
8 stagiaires.

Programme :

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.
Exercice
Mesure de l'e-réputation à l'aide d'une grille d'évaluation et d'analyse.
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.

Exercice

Revue des choix de positionnement social media et des objectifs définis par son entreprise.

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.

Exercice

Axes de positionnement stratégiques : objectifs, cibles et vision globale.

S'engager réellement pour se différencier

Au-delà des réseaux sociaux grand public.

Aller plus loin dans l'engagement.

La tentation du buzz.

Exercice

Axes de positionnement stratégiques : contenus, lignes éditoriales et choix des réseaux.

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.

Exercice

Paramétrage de son compte Twitter. Démonstrations de 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.

Exercice

Présentation d'un outil de Community Management. Création d'un tableau de bord de veille.

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.

Exercice

Axes de positionnement stratégiques : obstacles, organisation et mesures.

Modalités d'évaluation des acquis :

Evaluation tout au long de la formation

Evaluation en fin de formation sur l'atteinte des objectifs

Evaluation à froid de 15 jours à 2 mois après la fin de la formation

Sanction visée :

Une attestation de stage sera remise à chaque participant.

Matériel nécessaire pour suivre la formation :

Délais moyens pour accéder à la formation :

Inscription au plus tard 15 jours avant le démarrage de l'action

Accessibilité aux personnes à mobilité réduite : Oui

OUI

Tarif :

427,00 €

Taux de satisfaction de la formation :

88.23