



Gérer sa e-reputation

Votre e-réputation, c'est votre réputation en ligne.

On parle de vous, de vos produits ou vos services, de vos employés, un peu partout : sur les réseaux sociaux, les blogs, les forums, les sites d'avis... Même (surtout ?) si vous n'y êtes pas...

Et contrairement aux paroles, ce qui se dit sur internet reste visible, accessible et peut même être relayé de façon virale.

Vous avez donc tout intérêt à soigner votre E-réputation.

Durée

7 heures

Objectifs

- Comprendre les fondamentaux de la réputation et de l'influence sur le Web ainsi que les nouveaux comportements et les mécanismes d'influence dans le Web social : blogs, réseaux sociaux, sites de partage de vidéo, forums
- Le stagiaires bénéficient d'une expertise mise à jour en permanence et de l'expérience de praticiens reconnus du Web social.

Programme de formation

Théorie : 50% Pratique : 50 %

Découvrir les fondamentaux de la e-réputation

- Réputation et capacités d'influence, on line et off line, composantes de la valeur de l'entreprise
- Comprendre les mécanismes de la e-réputation
- Les changements induits par le Web 2.0 (comportements, technologie)
- L'importance de la réputation des marques sur le Web : image, rentabilité.
- Comment conjuguer le personal branding et la e-réputation.

Evaluer la réputation d'une marque sur le Web

- Les techniques et outils de veille et de tracking
- Les outils et méthodes de mesure de sa réputation sur le Web
- Risques et difficultés de la maîtrise de son e-réputation
- Exemples d'erreurs fréquentes
- Exemples de gestion de réputation remarquables.

1 - Cadre législatif de la e-réputation

- Cadre législatif en France et dans le monde
- Droit à l'oubli chez Google et Bing : fausse bonne idée ?

2 - Construire une stratégie de e-réputation sur le Web social

- Web 2.0: le déclin des sites web ?
- Comment Facebook, LinkedIn et Viadeo peuvent-ils valoriser votre activité ?
- Les blogs au centre des dispositifs de communication
- Comment utiliser de façon innovante Twitter et les services de micro-blogging
- Identifier les bons relais d'opinion
- Les actions indispensables pour influencer les internautes.
- Concevoir une vidéo qui fera le buzz : exemples de réussites et d'échecs remarquables
- Comment cordonner ses actions dans le Web social

3 - Communication de crise : Bad buzz et effet Streisand

- Soigner sa e-réputation pour anticiper les crises
- Comment gérer les avis négatifs
- Comment éviter le bad buzz ou le retourner à son profit
- Effet Streisand : Quand ce que l'on veut cacher est diffusé à très grande échelle

Public visé

- Toutes les personnes concernées par la gestion ou la défense de la e-réputation d'une organisation
- Dirigeants et cadres de l'entreprise
- Services communication et marketing
- Webmestres

Prérequis

Avoir accès à sa messagerie électronique pendant la formation (création de comptes, etc.)

Modalités de suivis

- Il est demandé aux stagiaires à chaque début de demi-journée la signature de la feuille de présence.
- Durant la formation, le formateur veille à la bonne compréhension et acquisition de l'information au travers de questions posées aux stagiaires.

Moyens pédagogiques

Moyens pédagogiques-techniques et encadrement :

- Méthodes expositives, démonstratives et actives
- Mises en situation, études de cas et travaux pratiques
- Auto-Formation Tutorée en CDR en présence du formateur-expert (tutorat expert de contenu)
- Diaporamas et cartes heuristiques
- Supports remis aux stagiaires dès le début de la formation
- Sites web
- Plateforme d'apprentissage en ligne Moodle

Les participants de la formation Gérer sa e-réputation ouvrent et apprennent à configurer des outils et des plateformes de veille, de mesure de la réputation et d'alertes.

Capacités visées :

A l'issue de cette formation vous serez capable:

- de comprendre les mécanismes de l'influence dans le Web social
- de sélectionner des sites ou blogs utiles et influents pour la promotion de son organisation
- de choisir et « d'engager » des blogs ou des communautés influents pour son activité