

GÉRER LA STRATÉGIE D'E-RÉPUTATION DE L'ENTREPRISE

FORMATION DISTANCIELLE

DATE : nous consulter

Aujourd'hui, la grande majorité des clients consultent les moteurs de recherche pour se renseigner sur une entreprise, un produit ou service, et 64 % vont lire les avis et les notes des autres internautes pour se décider. La publicité ne suffit plus à vendre un produit. La réputation numérique de la marque d'entreprise influe sur ses revenus, sur valeur marchande, ainsi que sur sa capacité à recruter et à fidéliser les meilleurs talents.

OBJECTIFS

Mesurer l'e-réputation et la notoriété de son entreprise
Identifier les outils et applications permettant de gérer son e-réputation
Développer une stratégie de veille et d'influence sur Internet et les médias sociaux
Prévenir et gérer les crises digitales

Durée : 2 jours

PROGRAMME

E-reputation : tendances, caractéristiques, chiffres clés

Complémentarité et synergies entre communication traditionnelle et digitale
Les nouveaux usages sur le web : impacts pour l'e-reputation

Réussir une veille opérationnelle efficace

Analyser et comprendre son environnement digital
Quels outils pour surveiller son e-reputation ?

Réseaux sociaux : les nouveaux pouvoirs du digital

Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
Animer les communautés et espaces collaboratifs

La presse en ligne et les nouvelles règles de l'influence médiatique

Maîtriser le Rich Média presse dans ses actions RP (communiqué, dossier de presse, conférence de presse)
Référencer et échanger du contenu à forte valeur ajoutée

Analyse des profils de titres de presse en ligne Identifier et comprendre les « signaux faibles » sur le web

Relation entre la réputation et e-réputation d'une marque
La culture Web : codes, valeurs...
Que sont les signaux faibles, comment les repérer ?

Réagir face à un bad buzz ?

Définir et mettre en place son organisation de crise
Transformer le bad buzz en good buzz
Gérer l'après-crise : les bonnes pratiques à adopter

Nouvelles postures, nouveaux réflexes, nouveaux défis !

Paroles du client, de l'utilisateur, du citoyen : les nouvelles attentes
Direction Communication, Community Manager : quels nouveaux rôles, défis ?
Les principes d'une présence sur les médias sociaux

Analyse de la stratégie de communication de crise d'une marque face aux :

Attaques et détournements de marque : qui peut nuire à ma réputation ?
Critiques négatives d'influenceurs de votre communauté
Commentaires négatifs de clients sur les réseaux sociaux, « trolls » et détracteurs

Animé par Benjamin Rosoor

Entrepreneur sur le web depuis 1999, diplômé de l'école de journalisme de Bordeaux, Benjamin a tout d'abord été journaliste-reporter radio pendant 10 ans. Il anime plusieurs médias sociaux et blogs sur les entreprises, la tech, la finance, le marketing digital et est l'auteur de l'ouvrage « Agir sur l'e-réputation de l'entreprise, développer et défendre son identité numérique » (Ed. Eyrolles 2012).



PUBLIC : Community manager, communicant et toute personne gérant ou amenée à gérer l'e-réputation de l'entreprise.

CONTACT

Alexandre PACIFICO
05 56 70 84 00 - a.pacifico@ceca.asso.fr
Ludivine GOFFINET
07 82 59 51 16 - l.goffinet@ceca.asso.fr

TARIFS

1490 €HT
Membre CECA : 1390 €HT
Déjeuners inclus

PRATIQUE

LIEU
Distanciel
HORAIRES
9h00 - 17h30