

Gérer l'e-réputation et communication de crise

Réseaux sociaux & image de marque

Efficacité professionnelle (V2021Mai-03)



Objectifs opérationnels

A l'issue de la formation, le participant sera en mesure de gérer l'e-réputation sur les différents réseaux sociaux et communautés de son organisation, de réagir en cas de problème et ainsi d'éviter une propagation virale d'un « bad buzz » où de rumeurs et/ou de fake news.



Aptitudes et compétences acquises à l'issue de la formation

- Maîtriser les outils du web social et des relations publiques en ligne.
- Valoriser sa marque sur internet et les médias sociaux.
- Développer une stratégie d'influence et mesurer l'e-réputation et la notoriété de son entreprise.
- Prévenir et gérer les crises

Pour qui ?



Public concerné

- Managers, directeurs de la communication, social media strategist, chef de marque, chargés de communication, chargés de relation publiques.
- Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management



Prérequis

- Maîtrise de la culture web et des réseaux sociaux.
- Maîtrise du français lu, écrit, parlé (indispensable pour la prise de connaissance et la signature des documents de travail).

Modalités pratiques



Durée & Délais d'accès

- Durée : 14h soit 2 jours de formation.
- Délais d'accès : en fonction des disponibilités des stagiaires, des formateurs et du planning



Format

- Inter et Intra-entreprises
- Ajustements sur-mesure possibles
- Présentiel / Blended Learning
- De 2 à 10 personnes maximum



Tarif

- Inter-entreprise : 1 690,00 € HT
- Intra & Sur Mesure : Nous consulter selon la durée, le nombre et le niveau des participants.



Gérer l'e-réputation et communication de crise

Réseaux sociaux & image de marque

Efficacité professionnelle (V2021Mai-03)

Parcours pédagogique



Méthodes & supports pédagogiques

Méthodes pédagogiques

- Cas pratiques
- Mises en situation
- Analyses de bonnes pratiques autour de l'e-reputation
- Partage d'expérience
- Trainings

Moyens techniques

- PC ou tablette et vidéoprojecteur ainsi que ressources multimédia et PC ou tablette et vidéoprojecteur ainsi que ressources multimédia et paperboard.



Programme de formation

- Les enjeux de l'e-réputation
 - Les sources d'influence
 - Quels sont les impacts d'e-réputation sur la marque
 - Prendre en considération l'influence de son audience et ce que dit le web sur votre marque
- Organiser sa veille de manière efficace
 - Maîtriser les outils de surveillance du web
 - Définir ses objectifs et son périmètre de veille
 - Mettre en place des indicateurs qualitatif et quantitatif pour analyser et comprendre son environnement
- Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
 - Passage de l'ère du blog à la notion d'influenceurs
 - Les nouveaux médias : YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook Live
- Gérer son image de marque et sa notoriété sur le web
 - Appliquer les bonnes pratiques
 - Organiser une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux.
 - Promouvoir l'image de son entreprise
 - Gérer les critiques négatives ou les commentaires négatifs (influenceurs, clients, « trolls » et détracteurs
- Anticiper et gérer une situation de crise
 - Mettre en place une organisation de crise
 - Définir un stratégie de communication et un plan d'action
 - Passer du « Bad buzz » au « good buzz »
 - Les limites de la communication sur les réseaux
 - Attaques et détournement de la marque



Intervenant

- Professionnels, experts dans leurs domaines d'intervention et dotés d'une solide expérience en communication, image de marque et e-réputation.



Evaluation

- Validation des acquis de la formation au fur et à mesure de la progression.
- Cette formation fait l'objet d'une mesure de la satisfaction globale des stagiaires sur l'organisation et les conditions d'accueil, les qualités pédagogiques du formateur ainsi que les méthodes, moyens et supports utilisés.