FAVORISER L'E-RÉPUTATION DE SON ENTREPRISE - **Durée** 14h

OBJECTIFS

- Evaluer une e-réputation
- Identifier les leviers de communication
- Utiliser les bonnes pratiques des réseaux sociaux
- Mettre en place une stratégie de visibilité

PUBLIC CIBLE

- Chargé/ Responsable communication, Webmaster, Community manager, Responsable Webmarketing
- Chef de produit, chef de projet, chef d'entreprise

PRE-REQUIS

- Aucun

PROGRAMME

Evaluer une e-réputation

- Définir les principes clés de l'e-réputation
- Identifier son image de marque
- Evaluer son e-réputation
- Savoir écouter : la parole à la communauté
- Différencier l'image voulue et l'image souhaitée
- Se protéger des crises

Identifier les leviers de communication

- Définir et comprendre la typologie du marketing viral
- Utiliser des nouvelles techniques : content marketing et inbound marketing
- Le storytelling : une tendance fiable ?
- Utiliser la méthode PEOM (owned – earned et paid media)
- Exemples de campagnes réussies et ratées

Utiliser les bonnes pratiques des réseaux sociaux

- ❍ Les fonctions logiques
- ❍ La gestion et l'utilisation des noms
- ❍ Les fonctions de table dynamique (Microsoft 365)

Mettre en place une stratégie de visibilité

- ❍ Construire son plan d'action
- ❍ Connaitre les règles de publication
- ❍ Définir un calendrier éditorial
- ❍ Se préparer pour faire face à la crise

MOYENS TECHNIQUES ET HUMAINS :

- ❍ Intervenant : Formateur Professionnel
- ❍ Mobilisation des outils et auxiliaires utiles : paperboard, vidéoprojecteur…
- ❍ Possibilité de mettre à disposition des PC portables pour les stagiaires

METHODES PEDAGOGIQUES MOBILISEES :

- ❍ Alternance de méthodes affirmatives, interrogatives et actives
- ❍ Ressources de type formatives, évaluatives, de synthèses, de soutien, de mémorisation…
- ❍ Utilisation de Padlet

MODALITES D'EVALUATION :

- Des acquis
  - ❍ Fiche de renseignements en amont et questions
  - ❍ Evaluations formatives réalisées à l'aide de grilles critériées ;
  - ❍ Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation
  - ❍ Evaluation différée
- Evaluation satisfaction

- Rédaction d'un bilan d'action remis au commanditaire en cas de formation intra-entreprise