

Gérer l'e-réputation de son entreprise

L'information se diffuse à la vitesse de l'éclair... Les entreprises qui en ont fait les frais sont nombreuses ! N'attendez pas pour anticiper : soyez prêts à réagir en cas de problème afin d'éviter une propagation virale où les rumeurs, fake news, deepfakes, bad buzz prendront le dessus sur les faits. Cette formation à la gestion de l'e-réputation de votre entreprise vous aidera à mettre en place des outils et méthodes pour organiser votre veille, soigner l'e-réputation de votre entreprise, anticiper les crises digitales et mieux les gérer.



PUBLIC

Chargé(e) de communication.

Chargé(e) des relations publiques / web.

Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management

Prix

Tarifs TTC (en fonction du programme déterminé)

Inter : 2148,00 € - Par stagiaire

Intra : sur devis (01 82 35 05 48)

DUREE

3 jours (21 heures)

DELAI D'ACCES

10 jours

PREREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la culture "web et réseaux sociaux".

PERSPECTIVES

Aucune

METIER

Tous les métiers du marketing, e-marketing, développement de site internet, et de communication.

METHODES PEDAGOGIQUES

Formation groupé.

Ateliers et exercices pratiques après chaque modules

OUTILS PEDAGOGIQUES

Support numériques, vidéos. Cours fournis.

LIEUX POSSIBLES

Salle de formation équipée de PC portables avec connexion Internet.

Dans nos locaux à Champs Sur Marne, chez vous en IDF (pour les entreprises), ou à distance.

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.

Optimiser et valoriser son organisation et sa méthodologie de gestion des communautés.

ACCESSIBILITE

La formation est accessible aux PSH, des aménagements particuliers peuvent être mis en place pour accueillir dans des conditions propices à leur réussite. Contacter le responsable pédagogique pour plus d'information sur cette adresse mail : psh@melyaformation.fr.

L'importance de l'e-réputation

- L'e-réputation : de quoi parle-t-on ?
- Repérer les sources d'influence.
- Mesurer les impacts de l'e-réputation sur la marque.
- Analyser l'influence des avis des internautes.

E-réputation : tendances, caractéristiques, chiffres clés

- Complémentarité et synergies entre communication traditionnelle et digitale
- Analyse des nouveaux usages sur le web : quels impacts pour l'e-reputation des marques ?
- Diagnostiquer ses besoins en communication digitale

E-réputation : organisation de la veille

- Analyser et comprendre son environnement digital
- Quels outils pour surveiller son e-réputation ?
- Définir ses objectifs et son périmètre de veille.
- Mettre en place des indicateurs quantitatifs et qualitatifs.
- Identifier les outils de veille gratuits et les fonctions de recherches avancées.
- Organiser ses flux de veille.

Travaux pratique : Maîtrisez son empreinte digitale en écoutant ce qui se dit sur le web

Strategie de gestion de l'image

- Gérer les réseaux sociaux
- Développer le site internet
- Lier la communication online et offline
- Gérer le contenu

Réseaux sociaux : les nouveaux pouvoirs du digital

- De l'ère du blogueur à l'ère des influenceurs Internet, web 3.0 : comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux
- Picture & video marketing : Youtube, Instagram, Snapchat, Facebook Live
- Animer à bon escient les communautés, espaces collaboratifs

Travaux pratique : Comprendre les mécanismes de deux buzz viraux récents.

Gérer son e-réputation

- Identifier les influenceurs et les blogueurs.
- Mobiliser ses collaborateurs dans une démarche d'ambassadeurs : l'Employee Advocacy.
- Gérer son image sur les sites d'avis et de notation.
- Appliquer les bonnes pratiques de modération.

MELYA FORMATION

SARL au capital de 10 000 Euros – RCS MEAUX 801 905 977

18 rue Albert Einstein – 77420 ChAMPS S/MARNE

Tel : 01 82 35 05 48 Fax : 09 56 78 53 68

contact@melyaformation.fr

Gérer l'e-réputation de son entreprise

L'information se diffuse à la vitesse de l'éclair... Les entreprises qui en ont fait les frais sont nombreuses ! N'attendez pas pour anticiper : soyez prêts à réagir en cas de problème afin d'éviter une propagation virale où les rumeurs, fake news, deepfakes, bad buzz prendront le dessus sur les faits. Cette formation à la gestion de l'e-réputation de votre entreprise vous aidera à mettre en place des outils et méthodes pour organiser votre veille, soigner l'e-réputation de votre entreprise, anticiper les crises digitales et mieux les gérer.



PUBLIC

Chargé(e) de communication.

Chargé(e) des relations publiques / web.

Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management

Prix

Tarifs TTC (en fonction du programme déterminé)

Inter : 2148,00 € - Par stagiaire

Intra : sur devis (01 82 35 05 48)

DUREE

3 jours (21 heures)

DELAI D'ACCES

10 jours

PREREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la culture "web et réseaux sociaux".

PERSPECTIVES

Aucune

METIER

Tous les métiers du marketing, e-marketing, développement de site internet, et de communication.

METHODES PEDAGOGIQUES

Formation groupé.

Ateliers et exercices pratiques après chaque modules

OUTILS PEDAGOGIQUES

Support numériques, vidéos. Cours fournis.

LIEUX POSSIBLES

Salle de formation équipée de PC portables avec connexion Internet.

Dans nos locaux à Champs Sur Marne, chez vous en IDF (pour les entreprises), ou à distance.

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.

Optimiser et valoriser son organisation et sa méthodologie de gestion des communautés.

ACCESSIBILITE

La formation est accessible aux PSH, des aménagements particuliers peuvent être mis en place pour accueillir dans des conditions propices à leur réussite. Contacter le responsable pédagogique pour plus d'information sur cette adresse mail : psh@melyaformation.fr.

Développer sa présence et sa notoriété

- Accroître la visibilité de ses événements : LiveTweet, Video Live, social wall.
- Organiser une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux.
- Promouvoir l'image de son entreprise grâce aux questions et aux interactions.

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

Travaux pratique : Comment augmenter son e-réputation via les médias online ?

Travaux pratique : Élaborer une stratégie de présence en ligne pour accroître l'efficacité de sa communication ?

Identifier et comprendre les « signaux faibles » sur le web

- Retour sur les fondamentaux : l'identité numérique, l'e-réputation, Bad buzz ...
- Relation entre la réputation et e-réputation d'une marque
- Focus sur la culture Web : codes, valeurs ...
- Que sont les signaux faibles, comment les repérer ?

Comment réagir face à un bad buzz et structurer sa réponse ?

- Définir et mettre en place une organisation de crise
- Quelle stratégie de communication sensible et plan d'actions ?
- Comment « tenter » de transformer le bad buzz en good buzz ?
- Les limites de la communication de crise sur les réseaux sociaux
- Gérer l'après-crise et les bonnes pratiques à adopter

Nouvelles postures, nouveaux réflexes, nouveaux défis !

- DirCom/ DirMarketing et ses équipes, Community Manager / Team Social Media : quels nouveaux rôles, défis ?
- Le contenu est ROI ! Les bons principes d'une présence sur les médias sociaux

Travaux pratique : Analyse des étapes d'une situation critique et d'une crise digitale à travers des cas récents.

Gérer l'e-réputation de son entreprise

L'information se diffuse à la vitesse de l'éclair... Les entreprises qui en ont fait les frais sont nombreuses ! N'attendez pas pour anticiper : soyez prêts à réagir en cas de problème afin d'éviter une propagation virale où les rumeurs, fake news, deepfakes, bad buzz prendront le dessus sur les faits. Cette formation à la gestion de l'e-réputation de votre entreprise vous aidera à mettre en place des outils et méthodes pour organiser votre veille, soigner l'e-réputation de votre entreprise, anticiper les crises digitales et mieux les gérer.



PUBLIC

Chargé(e) de communication.

Chargé(e) des relations publiques / web.

Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au Community Management

Prix

Tarifs TTC (en fonction du programme déterminé)

Inter : 2148,00 € - Par stagiaire

Intra : sur devis (01 82 35 05 48)

DUREE

3 jours (21 heures)

DELAI D'ACCES

10 jours

PREREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la culture "web et réseaux sociaux".

PERSPECTIVES

Aucune

METIER

Tous les métiers du marketing, e-marketing, développement de site internet, et de communication.

METHODES PEDAGOGIQUES

Formation groupé.

Ateliers et exercices pratiques après chaque modules

OUTILS PEDAGOGIQUES

Support numériques, vidéos. Cours fournis.

LIEUX POSSIBLES

Salle de formation équipée de PC portables avec connexion Internet.

Dans nos locaux à Champs Sur Marne, chez vous en IDF (pour les entreprises), ou à distance.

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.

Optimiser et valoriser son organisation et sa méthodologie de gestion des communautés.

ACCESSIBILITE

La formation est accessible aux PSH, des

aménagements particuliers peuvent être mis en

place pour accueillir dans des conditions propices à

leur réussite. Contacter le responsable pédagogique

pour plus d'information sur cette adresse mail :

psh@melyaformation.fr.

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

- Attaques et détournements de marque
- Critiques négatives d'influenceurs de votre communauté
- Commentaires négatifs de clients sur les réseaux sociaux, « trolls » et détracteurs.

Surveiller sa E-Réputation

Définir les principes de base de la veille

- Définir les objectifs de sa veille
- Trouver les mots-clés pertinents
- Déterminer les territoires explorer

Organiser sa veille

- Configurer les alertes sur les moteurs de recherche
- Utiliser les agrégateurs de flux.
- Connaître les outils de veille adaptés à son projet.
- Utiliser les fonctionnalités de recherche des réseaux sociaux.

Analyser et présenter les résultats de sa veille

- Établir la cartographie des communautés et des influenceurs.
- Mesurer l'influence.
- Identifier les alliés et ses détracteurs.
- Surveiller les personnes à risque.

MELYA FORMATION

SARL au capital de 10 000 Euros – RCS MEAUX 801 905 977

18 rue Albert Einstein – 77420 ChAMPS S/MARNE

Tel : 01 82 35 05 48 Fax : 09 56 78 53 68

contact@melyaformation.fr