

# E-réputation : surveiller et améliorer l'image de son entreprise

## certification DiGiTT® à distance en option

Cours Pratique de 2 jours

Réf : ERE - Prix 2021 : 1 410€ HT

La montée en puissance des réseaux sociaux et l'évolution des tendances participatives sur Internet créent de nouveaux enjeux pour l'e-réputation des entreprises. Vous apprendrez durant ce stage à bâtir une stratégie de présence, d'influence et de veille, et à en évaluer les impacts.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Mesurer, gérer et valoriser son e-réputation

Elaborer une stratégie de présence et de positionnement sur les réseaux sociaux

Organiser sa veille d'e-réputation

Identifier les outils et applications permettant d'améliorer son e-réputation

### TRAVAUX PRATIQUES

Exercices pratiques (individuels et collectifs), échanges entre participants, mise en commun d'expériences.

### CERTIFICATION

L'inscription à l'évaluation et à la certification DiGiTT® est incluse lors de l'inscription au parcours. La certification se compose d'un test de 90 min. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points. Le seul suivi de la formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum. La planification de l'examen et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

## LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 08/2018

### 1) Pourquoi chercher à valoriser son e-réputation ?

- Définition de l'e-réputation.
- Les sources d'influence.
- L'évolution de l'expérience client.
- L'avènement du "consomm-acteur" : usages et outils.
- Le rôle des salariés et les risques potentiels.
- Les impacts sur la marque.
- Influence et gestion des avis de consommateurs.

*Exercice : Mesure de l'e-réputation à l'aide d'une grille d'évaluation et d'analyse.*

### 2) Un nouveau mode de communication

- Les grands usages des réseaux sociaux et leurs tendances actuelles.
- Pour quelles applications métiers ?
- Les implications pour les modèles B2B.

*Exercice : Revue des choix de positionnement social media et des objectifs définis par son entreprise.*

### FINANCEMENT

Ce cours est éligible au CPF.

### PARTICIPANTS

Web-marketeur, responsable marketing, responsable communication, chef de produit ou chef de projet.

### PRÉREQUIS

Connaissances de base en marketing.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers différents moyens (QCM, mise en situation, quiz...). Le stagiaire évalue sa progression et ses acquis à l'issue de la formation. L'intervenant valide la progression pédagogique du stagiaire et précise les outils utilisés pour la validation des acquis.

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

### ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante [psh-accueil@orsys.fr](mailto:psh-accueil@orsys.fr) pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

### 3) Le besoin d'une démarche collaborative

- Le nouveau visage du marketing en ligne : de la communication à la conversation.
- Le nouvel enjeu : l'"attention marketing".
- Répondre aux attentes, jouer le jeu du collaboratif.
- Humaniser la relation : animer sa communauté.

*Exercice : Axes de positionnement stratégiques : objectifs, cibles et vision globale.*

### 4) S'engager réellement pour se différencier

- Au-delà des réseaux sociaux grand public.
- Aller plus loin dans l'engagement.
- La tentation du buzz.

*Exercice : Axes de positionnement stratégiques : contenus, lignes éditoriales et choix des réseaux.*

### 5) Organiser sa veille d'e-réputation

- Définir son périmètre de veille et ses objectifs.
- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
- Les outils de veille gratuits.
- Utiliser Twitter comme outil de veille.
- Les solutions de veille professionnelles.

*Exercice : Paramétrage de son compte Twitter. Démonstrations de solutions de veille professionnelles.*

### 6) Gérer son e-réputation

- Impacts sur l'organisation et les rôles.
- Codes et usages de la communication sur les réseaux sociaux.
- Gérer la crise et les critiques.
- Le droit à l'oubli et ses limites.

*Exercice : Présentation d'un outil de Community Management. Création d'un tableau de bord de veille.*

### 7) Méthodologie et organisation

- Rappel des étapes de mise en place d'une stratégie de valorisation de l'e-réputation.
- L'importance des contenus dans sa stratégie de e-réputation.

*Exercice : Axes de positionnement stratégiques : obstacles, organisation et mesures.*

## LES DATES

---

PARIS LA DÉFENSE

2021 : 25 nov.