

E-RÉPUTATION (en distanciel)



PARTICIPANT(S) :

Tout public.

PRÉREQUIS :

Avoir une culture du web et des connaissances informatiques

ORGANISATION :

Durée : 7h (soit 5h en distanciel + 2h de travaux intersession)

Lieux : Classe virtuelle

INTERVENANT(S) :

Formateur expert sur les Réseaux sociaux et le Web.

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010

Code APE-NAF 8542Z

N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin - CS 31996 -

33071 Bordeaux Cedex

Tél. 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder 33504

Libourne Cedex tél : 05 57 25 40 40

campus@formation-lac.com

CONTEXTE

L'e-réputation est la réputation en ligne d'une entreprise ou d'une marque. Elle est caractérisée par l'opinion (favorable ou non) que se fait le public sur une entité présente ou non sur le web.

Cette formation vous permettra de comprendre et développer la visibilité de votre entreprise en développant une stratégie pertinente et de maîtriser votre e-réputation comme d'un levier business au lieu de subir les avis clients.

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Comprendre les enjeux de la digitalisation pour les entreprises et des avis clients
- Développer et maîtriser l'image et la notoriété de son entreprise

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques et pratiques. L'ensemble de la formation est proposé avec l'exposé de cas pratiques et adapté en fonction de vos besoins.

QCM + activité pratique

CONTENU DU PROGRAMME

E-Réputation

- Définitions
Visibilité / Notoriété / E-Réputation, Identité numérique, Personal Branding
- Les différents types de présence
- Risques mais aussi opportunités
- Les avis clients : vraiment une menace ?
- Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression
- E-réputation de l'entreprise / de la marque : voir, anticiper et réagir
- Personal branding : Distinction Vie privée / Vie Professionnelle (salarié et entrepreneur)
- Méthodes et outils de veille automatisés
- Se créer une identité numérique : la valoriser, Effacer ses traces,
- Se renseigner sur ses interlocuteurs pour préparer un rdv prospect
- Situations de crise et possibilités d'intervention