

Gérer sa visibilité et sa réputation numérique

2 j (14 heures)

Ref : VISI

Public

Responsables ou chargé(e)s de communication / marketing / digital ou toute personne amenée à avoir une mission de Community Management

Pré-requis

Avoir une pratique digitale courante, sur ordinateur et Smartphone

Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue
Questionnaire préalable de positionnement
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur
Vidéoprojecteur, poste informatique support de cours fourni à chaque stagiaire

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires
Attestation de fin de formation

Objectifs

- Organiser une veille sur les réseaux sociaux
- Gérer la e-réputation, la vôtre et celle de l'entreprise
- Mettre en pratique avec des outils spécialisés

Programme détaillé

INTRODUCTION : PANORAMA ET ETAT DES LIEUX DES RESEAUX SOCIAUX

- Spécificités et tendances de chaque réseau social
- Focus Facebook LinkedIn YouTube Twitter Instagram Pinterest Snapchat
- Qui sont les utilisateurs, quels sont leurs usages et sur quels supports ?
- Sources statistiques : rapports annuels et sites à privilégier

ORGANISER UNE VEILLE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

Apprendre à identifier les prescripteurs sur un réseau social
Constituer des listes thématiques de comptes et de mots-clés à surveiller
Remonter à la source d'une information, repérer les bons canaux
Veille collaborative (Organisation Mise en œuvre)
Créer des alertes Google sous forme de flux RSS
Configurer un tableau de bord sur-mesure avec Hootsuite
Aperçu d'outils de veille alternatifs (Netvibes TweetDeck GoodNews.click)

E-REPUTATION DE L'ENTREPRISE

Identifier les enjeux de l'e-réputation pour l'entreprise, les bénéfices et les risques
Définir une stratégie, des objectifs et procédures adaptés aux besoins de l'entreprise
Constituer des contenus sur-mesure pour LinkedIn, notamment via SlideShare
Trouver de nouveaux prospects et les convertir en clients
LinkedIn Showcase : vitrine des savoir-faire de l'entreprise
Optimiser le référencement naturel (SEO) et mesurer les résultats avec Google Analytics
Gestion de crise sur les médias sociaux (S'y préparer Agir Prendre la parole)
Exemples de bonnes pratiques : LinkedIn, Slideshare, Twitter, pages Facebook

E-REPUTATION INDIVIDUELLE

Enjeux, opportunités et précautions à prendre
LinkedIn (Créer et optimiser son profil, Développer son réseau)
Prendre la parole sur les espaces pertinents
Mettre en valeur ses réalisations et ses savoir-faire
S'organiser au quotidien (Priorités, Fréquence et horaires de publication, Outils, Mesures des résultats)

MISE EN PRATIQUE AVEC DES OUTILS SPECIALISES

Comparaison de 3 solutions : Hootsuite, Buffer, Sprout Social
Fonctionnalités de veille
Fonctionnalités de publication
Mesures statistiques et rapports d'activité
