

# 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

---