

PROGRAMME DE FORMATION EN PRÉSENTIEL ET DISTANCIEL

FORMATION E-RÉPUTATION

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Définir son l'image de marque
Développer sa notoriété
Contrôler son e-reputation
Choisir les réseaux pertinents, mettre en place une veille concurrentielle

Nos équipes s'engagent à vous rappeler sous 24 à 72 heures

Public concerné

Toute personne en charge de la stratégie et/ou de la mise en oeuvre de la communication au sein d'une entreprise, service ou association.

Pré-requis

Connaître l'outil informatique et l'usage d'internet. Avoir des connaissances de base en communication et marketing.

Durée de la formation et modalités d'organisation

En distanciel
Durée: 14 heures
1400€ ht, 1680€ ttc.
Entrée permanente.
En présentiel
Durée: 2 jours.
Inter: 1400€ ht
Intra: à partir de 900€ ht la journée.
Horaires: 9h30-13h/14h-17h30

Lieu de la formation

Dans les locaux de nos partenaires ou à distance

Moyens et méthodes pédagogiques

Explications, démonstrations, exercices, vérification des acquis

Profil du(des) formateur(s)

Plusieurs années d'expérience dans l'enseignement et dans la production.

Modalités d'évaluation

Questionnaire d'évaluation en fin de session

Moyens techniques

En distanciel : le stagiaire doit disposer du logiciel enseigné, du logiciel permettant la connexion à distance avec le formateur et d'une connexion de bonne qualité.
En présentiel : Un ordinateur par personne
- Vidéo projecteur - Connexion Internet

02/2025

► Branding

Définir l'image de la marque
Définir les valeurs de la marque
Planche tendance

► Storytelling

L'identité visuelle
Ligne éditoriale et positionnement

► Veille concurrentielle

Méthodologie d'une veille concurrentielle
Identifier les sources critiques
Identifier les influenceurs
Outils pour une veille active: système d'alerte, flux RSS, outils de curation

► Social Média

État des lieux des réseaux sociaux
État des lieux et chiffres clés
Quels réseaux utiliser dans sa stratégie
Créer et animer sa communauté
Utiliser les réseaux sociaux comme relais de l'information
Choisir les réseaux adaptés BtoB / BtoC
Contrôler son e-réputation

► Persona Buyer – l'expérience client au coeur de l'e-réputation

Identifier les cibles
Coeur de cible, cible principal, cible secondaires
Segmentation: les nouvelles tendances marketing
Construire un Persona Buyer
Inbound marketing, quand le client vient naturellement à la marque
S'assurer de l'accessibilité à l'information

► Suivre son e-réputation et mesurer les résultats

Comment réagir positivement à une atteinte de réputation
Solutions juridiques
Outils techniques
Référencement naturel, les moteurs de recherche
Gérer sa notoriété
MAJ 16/11/2021