

2 - DIRECTION, GESTION, ADMINISTRATION

REFERENCE AS FORMATION

E - Communication & Marketing 2E-011

OBJECTIF

- Connaître les différents réseaux
- Comprendre les enjeux
- Mettre en place une stratégie d'intégration des réseaux sociaux
- Gérer sa présence et son image sur le web

PUBLIC VISE

Employés, cadres, responsables, managers

PRE-REQUIS

- Expérience commerciale souhaitable

DURÉE en HEURES :

7h

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation en présentiel ou à distance (classe virtuelle) animée en français
- 4 à 8 stagiaires par formateur
- Contrôle continu et certificat de stage

FORMACODE :

46341 (communication externe)

CERTIFICATION / EVALUATION

Attestation de formation

NIVEAU : 0

L'e-réputation

- Définition de l'e-réputation, du corporate branding, du personal branding...
- Contrôler son image et les rumeurs
- Un nouveau consommateur : le consom'acteur
- Le cadre légal et la protection

Les différents réseaux sociaux

- Les types de réseaux : communautaires, personnels, professionnels, généralistes, ouverts, fermés...
- Présentation des principaux réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn et créations de pages
- Moteurs de recherche
- Des relais d'opinion : blogs...

Mise en place d'une stratégie de gestion de l'image

- Achat de nom de domaine et préservation de son identité
- Mise en place d'une veille et de services d'alerte

Contrôler son e-réputation

- Créer un service communication spécialisé sur le Web
- Mesurer la confiance sur le long terme
- Bien cerner les risques
- Éviter les écueils et renforcer les bonnes pratiques
- Gérer la crise

DES CONSEILLERS A VOTRE ECOUTE