

Gérer l'e-réputation de son entreprise

Objectif

Identifier les fondamentaux de l'E-réputation

Optimiser la gestion de sa Relation Client et « garder la main » sur la réputation de son entreprise

S'engager dans la conversation à partir de contenus partagés

Identifier les mécanismes d'une stratégie éditoriale dédiée aux réseaux sociaux

Identifier les opportunités par la veille et la curation de contenus

Améliorer ses comptes d'entreprise

Identifier le rôle de l'acquisition de liens, de la rediffusion des contenus et le travail en mots clés à contrôler [Replier](#)

- [Dates & lieux \(1\)](#)
- [Contenus](#)
- [Organisation](#)
- [Carte](#)

• Grenoble - Du 01/09/2017 au 31/12/2020

- GRETA DE GRENOBLE - Grenoble - 27 rue Anatole France - 38030 Grenoble
- [Greta de Grenoble](#) - Tél : 04 76 33 27 40
- Contact : VINEY ([Contacter](#)) - Tél : 04 76 33 27 40

Public et financement

Financement	Effectif	Recrutement
Bénéficiaire de l'action	--	

Public : Tout public
Tout public adulte

Aire de recrutement : Autres

Programme

Définir l'e-réputation

Le nouveau rôle des clients « consom'acteurs »

Différencier image, notoriété, identité numérique et E-réputation

CNIL, INPI, Droits d'Auteur et noms de Domaines : les fondamentaux à regarder

Des enjeux marketing et de relation Clients

L'art de la veille et bien exploiter le potentiel des réseaux sociaux

Réaliser un audit d'e-réputation

Les fondamentaux de l'interaction SEO/SMO

Comparer ses statistiques de comptes à ses concurrents : pourquoi ? quels outils ?

Matrice d'influence Klout

Quelques outils de social brandwatch intelligence et d'écoute sociale à exploiter

Suivre les notations et les avis laissés sur des sites ou forums

Identifier les influenceurs et linkers en relation avec les utilisateurs

Innovation et de co-création : 1000 et 1 opportunités de stimuler de l'échange !

Concevoir sa stratégie d'influence sur les réseaux sociaux pour valoriser sa marque

Définir ce que l'on veut faire, pourquoi, comment et pour qui.

Pyramide des objectifs SMO : fondamentaux en 10 règles

Repérer les catégories d'influenceurs à cibler, les connecteurs pour les atteindre

Identifier les médias sociaux à exploiter en priorité

Augmenter les points de contact avec ses cibles, analyser les comportements

Visualiser les formats adaptés aux plateformes

Mettre en place les liens de partage sur ses sites

Les fondamentaux pour animer des communautés

Diffuser des contenus pertinents aux influenceurs et partenaires dans les communautés ciblées

Valoriser les avis postés sur Facebook, Tripadvisor sur son site.

Gestion de la relation client - Stratégie de réaction

Identifier les veilleurs et défenseurs d'attaque

Gérer les commentaires, répondre aux bloggeurs, intervenir sur un contenu négatif

Stratégies pour occuper les 1ères pages des résultats, création de contenus sur des médias à fort potentiel par rapport à la cible et à l'activité de la marque

Actions légales par voie judiciaire

[Fiche détaillée sur le site de l'organisme](#)

Validation de la formation

Attestation de stage

Modalités pédagogiques

Modalité d'enseignement : formation entièrement présentielle

Durées et rythmes

Durée totale : 7 h

Admission

Niveau d'entrée :
information non communiquée

Recrutement :

Bonne maîtrise d'Internet.

Organisme responsable

[Greta de Grenoble](#)

GRETA DE GRENOBLE - Grenoble
27 rue Anatole France

38030 Grenoble

Tél : 04 76 33 27 40

Fax : 04 74 40 81 29

Mail : greta.grenoble.contacts@ac-grenoble.fr

Site web : <http://greta-grenoble.com/>

Réf : 26_109625

Mise à jour : 29/03/2018
