



E-RÉPUTATION (ET IDENTITÉ NUMÉRIQUE)

PROGRAMME

Objectifs

- Comprendre comment se construit une identité sur le web.
- Comprendre d'où l'on vient et appréhender les outils qui forgent l'e-réputation.- Découvrir le Web 2.0, organiser la veille, et mettre en place une stratégie de collaboration avec les blogs, forums, et autres réseaux sociaux.

Public concerné

Service communication, manager, force de vente, direction.

Pré-requis

Dynamiser sa communication par le biais du flux RSS.

Durée : 2 jr(s)

Panorama de l'évolution du web

Pourquoi le User Generated Content change la communication des marques ?

Aperçu des espaces et usages 2.0.

Voyage autour des lieux d'expression du web

Forums, blogs et réseaux sociaux, microblogging (Twitter).

La communication traditionnelle à l'usage des nouveaux outils.

Organiser la veille sur Internet : les outils

Ecoute du web : possibilités et limites.

Veille sur Internet : comment prévenir et gérer une crise de

Communication à l'heure des blogs ?

Peut-on minimiser les témoignages négatifs, comment valoriser les témoignages positifs ?

Analyse de cas.

Découverte du storytelling

La notion de marque est transformée.

Marketing conversationnel.

Marque média.

Comment construire une communauté autour d'une marque ?

Comment imposer sa marque

Relations avec les blogs.

La création d'un blog de marque est-il une solution ?

Le Social Media Optimization ?

Investir les réseaux sociaux.

Colporter la marque sur les réseaux sociaux ?

Utiliser les stratégies et les outils d'aujourd'hui

Dissémination de contenus : aller chercher les internautes.

La fin des sites Internet, la fin du référencement ?

Open Social et normes Dataportability.

Ce qui va se passer.