

Réseaux sociaux - Gérer sa visibilité et sa réputation numérique

A l'issue de ce stage les participants seront en mesure de : - Organiser une veille sur les réseaux sociaux - Gérer la e-réputation, la vôtre et celle de l'entreprise.

Référence : CMAN-VISI

Durée : 2 jours - 14 h

Certification : Aucune

Appréciation des résultats: Evaluation qualitative de fin de stage

Modalités et moyens pédagogiques :

- Formation délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).
- Le formateur alterne entre méthode* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).
- Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :
- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices
- * ratio variable selon le cours suivi

Prérequis : Avoir une pratique digitale courante, sur ordinateur et Smartphone.

Public concerné : Responsables ou chargé(e)s de communication / marketing / digital ou toute personne amenée à avoir une mission de Community Management.

Cette formation:

- est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

PROGRAMME

Réseaux sociaux - Gérer sa visibilité et sa réputation numérique

▪ Introduction : panorama et état des lieux des réseaux sociaux

Spécificités et tendances de chaque réseau social :

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

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 oeuvre

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-réputation de l'entreprise

▪ Organiser une veille sur les réseaux sociaux

Réseaux sociaux - Gérer sa visibilité et sa réputation numérique

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

Outils

Mesures des résultats

▪ Mise en pratique avec des outils spécialisés

Comparaison de 3 solutions : Hootsuite, Buffer, Sprout Social

Fonctionnalités de veille

Fonctionnalités de publication

Mesures statistiques et rapports d'activité

▪ E-réputation 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