

# Gérer sa visibilité et sa réputation numérique certification DiGiTT® à distance, en option

Cours Pratique de 2 jours - 14h  
Réf : CMR - Prix 2024 : 1 550€ HT

Bâter une stratégie de présence, d'influence et de veille est une composante essentielle du Community Management. Dans cette formation, vous découvrirez les outils de gestion et d'optimisation qui vous permettront de mettre en œuvre cette stratégie.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Mesurer, gérer et valoriser l'e-réputation et la notoriété de son entreprise

Elaborer une stratégie de présence et de positionnement sur les réseaux sociaux

Organiser sa veille d'e-réputation et utiliser des outils adaptés

Identifier les outils et applications permettant d'améliorer son e-réputation

Optimiser son organisation et sa méthodologie de gestion de communautés

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En complément de cette formation, ORSYS met à disposition des adhérents Atlas des modules de Mobile Learning. Ils seront disponibles 7 jours avant la formation et pendant 30 jours après la formation.

## TRAVAUX PRATIQUES

Apports théoriques, retours d'expérience et exercices pratiques, approfondissement des fonctionnalités des réseaux sociaux et d'outils de publication.

## CERTIFICATION

L'inscription à l'évaluation et à la certification DiGiTT® est incluse lors de l'inscription au parcours. La certification se compose d'un test de 90 min. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points. Le seul suivi de la formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum. La planification de l'examen et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

## LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 10/2023

### 1) Comprendre l'importance de l'e-réputation

- Définition de l'e-réputation.
- Les sources d'influence.
- Les impacts de l'e-réputation sur la marque.
- L'évolution de l'expérience client.
- L'avènement du "consomm-acteur".
- Influence et gestion des avis de consommateurs.
- Exploiter les avis clients : norme AFNOR et nouvelle réglementation.

## FINANCEMENT

Ce cours fait partie des actions collectives Atlas.

## PARTICIPANTS

Chargé ou responsable de communication, marketing, relations publiques, Web... et toute personne amenée à effectuer des tâches liées au Community Management dans le cadre de son activité.

## PRÉREQUIS

Maîtrise des outils informatiques de base : bureautique, Internet...  
Connaissance des principaux réseaux sociaux.

## COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Le rôle des salariés et les risques potentiels.

*Travaux pratiques : Mesure de l'e-réputation à l'aide d'une grille d'évaluation et d'analyse. Revue des choix de positionnement Social Media et des objectifs définis par son entreprise.*

## 2) Organiser sa veille d'e-réputation

- Définir son périmètre de veille et ses objectifs.
- Les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (KPI).
- Les outils de veille gratuits et les fonctions de recherches avancées (opérateurs booléens).
- Utiliser X comme outil de veille : organiser ses flux de veille.
- Les solutions de veille professionnelles.

*Travaux pratiques : Paramétrage de X (anciennement Twitter) pour la veille : liste et flux de veille. Démonstrations de solutions de veille professionnelle. Création de son tableau de bord de veille avec Hootsuite.*

## 3) Gérer son e-réputation et sa visibilité

- Redéfinir sa ligne éditoriale et la valeur ajoutée proposée.
- Identifier et mobiliser les blogueurs et influenceurs : les Ambassadeurs externes.
- Faire de ses employés des Ambassadeurs (Employee Advocacy).
- Revoir ses règles de modération et améliorer sa politique de réponses aux questions et critiques.
- Gérer son image sur les sites d'avis et de notation : Tripadvisor, Google, Booking, Glassdoor...
- Connaître les bonnes pratiques de modération, signalement ou suppression d'avis, diffamation...
- Promouvoir l'image de son entreprise grâce aux questions et interactions.
- Connaître et appliquer les bonnes tactiques pour augmenter l'engagement.

*Travaux pratiques : Trouver des profils influents utiles, définir un plan pour transformer les employés en Ambassadeurs.*

## 4) Accroître sa présence et sa notoriété

- Maîtriser le Live Vidéo et les Stories.
- Augmenter la visibilité de ses événements : LiveTweet, vidéo Live, social wall...
- Créer et organiser une campagne publicitaire sur Facebook.
- Identifier la nouvelle tendance du marketing en ligne : de la communication à la conversation.
- Animer sa communauté pour nouer la relation et l'humaniser.
- Susciter l'attention via "l'Attention Marketing".

*Travaux pratiques : Appropriation des fonctions de vidéo Live, organisation et préparation d'un LiveTweet. Création d'une campagne publicitaire sur Facebook.*

# LES DATES

---

**CLASSE À DISTANCE**  
2024 : 20 juin, 30 sept., 25 nov.

**PARIS**  
2024 : 13 juin, 23 sept., 18 nov.

**LYON**  
2024 : 20 juin, 30 sept.

**AIX-EN-PROVENCE**  
2024 : 20 juin, 30 sept.

**ANGERS**  
2024 : 20 juin

**BORDEAUX**  
2024 : 20 juin

**VALENCE**  
2024 : 20 juin

**CLERMONT-FERRAND**  
2024 : 20 juin

**DIJON**  
2024 : 20 juin

**GRENOBLE**  
2024 : 20 juin

**LILLE**  
2024 : 20 juin, 30 sept.

**LIMOGES**  
2024 : 20 juin

**MONTPELLIER**  
2024 : 20 juin

**NANCY**  
2024 : 20 juin

**NIORT**  
2024 : 20 juin

**ORLÉANS**  
2024 : 13 juin

**RENNES**  
2024 : 20 juin

**CAEN**  
2024 : 20 juin

**AVIGNON**  
2024 : 20 juin

**ROUEN**  
2024 : 13 juin

**TOULON**  
2024 : 20 juin

**REIMS**  
2024 : 13 juin

**PAU**  
2024 : 20 juin

**MARSEILLE**  
2024 : 20 juin

**SAINT-ÉTIENNE**  
2024 : 20 juin

**SOPHIA-ANTIPOLIS**  
2024 : 20 juin

**TOULOUSE**  
2024 : 20 juin, 30 sept.

**NANTES**  
2024 : 20 juin, 30 sept.

**BREST**  
2024 : 20 juin

**MULHOUSE**  
2024 : 20 juin

**LE MANS**  
2024 : 13 juin

**STRASBOURG**  
2024 : 20 juin

**TOURS**  
2024 : 13 juin