

Gérer sa e-réputation professionnelle



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Montrer un profil attrayant pour vos partenaires, clients, fournisseurs
- Découvrir des opportunités d'affaires, networking
- Collecter des informations
- Prévenir les différents risques de la e-réputation



PUBLIC CONCERNE

- Tout public



PREREQUIS

- Pratiquer la navigation Internet, connaître réseaux sociaux (utilisateur Facebook, LinkedIn, Twitter) ou avoir suivi "Débuter sur le Web 2.0"



MOYENS PEDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques
- Alternance entre apports théoriques et exercices pratiques (en moyenne 30 à 50%)
- Remise d'un support de cours.



MODALITES D'EVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée,
- Evaluation des acquis tout au long de la formation,
- Questionnaire de satisfaction,
- Attestation de stage à chaque apprenant,
- Positionnement préalable oral ou écrit,
- Evaluation formative tout au long de la formation,
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles



MOYENS TECHNIQUES EN PRESENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée à minima d'un vidéo projecteur et d'un tableau blanc et/ou paperboard.
- Pour les formations nécessitant un ordinateur, un PC est mis à disposition de chaque participant.



MOYENS TECHNIQUES EN DISTANCIEL

- A l'aide d'un logiciel (Teams, Zoom...), d'un micro et éventuellement d'une caméra les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur.
- Sessions organisées en inter comme en intra entreprise.
- L'accès à l'environnement d'apprentissage ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré.
- Pour toute question avant et pendant le parcours, assistance technique à disposition au 04 67 13 45 45.



ORGANISATION

- Délai d'accès : 5 jours ouvrés (délai variable en fonction du financeur)
- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h



ACCESSIBILITE

- Les personnes en situation de handicap sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.
- Pour tout renseignement, notre référent handicap reste à votre disposition : mteyssedou@ait.fr



PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité.



CERTIFICATION POSSIBLE

- Aucune

Gérer sa e-réputation professionnelle

PRESENTATION DE LA FORMATION, DES PARTICIPANTS ET DE LEURS ATTENTES SPECIFIQUES

RAPPEL : COMPRENDRE L'EVOLUTION GLOBALE DU WEB ET LE WEB D'AUJOURD'HUI

- Rappel : comprendre l'évolution globale du Web et le Web d'aujourd'hui
- L'évolution du Web
- Définir le Web 2.0 être sensibilisé(e) aux évolutions futures du Web
- Définir les notions d'identité numérique, de e-réputation et de veille sur le Web
- Etudes de cas d'utilisation des outils du Web 2.0 en entreprises

UTILISER EFFICACEMENT GOOGLE ET SES OUTILS

- Ateliers : utiliser la recherche avancée, les recherches associées
- Ateliers : utiliser les services Google images, vidéos, blogs, services d'alertes ...

EXISTER SUR INTERNET : CONNAITRE LE FONCTIONNEMENT DES PRINCIPAUX OUTILS DU WEB 2.0

- Connaître l'intérêt et le fonctionnement d'un blog pro
- Connaître les flux RSS
- Connaître le fonctionnement des principaux réseaux sociaux : Facebook, Twitter, YouTube, Viadeo, LinkedIn, Instagram
- Atelier : ouvrir son blog sur une plateforme gratuite, son compte Facebook et son compte Viadeo

CONNAITRE LES POTENTIALITES DE VEILLE SUR LE WEB

- Etre sensibilisé(e) aux méthodes et aux outils de veille sur Internet
- Réagir aux attaques sur Internet
- Améliorer sa e-réputation

STRATEGIE DE PREVENTION

- Quelle stratégie adopter avec les noms de domaine ?
- Comment optimiser sa e-réputation dans Google ?
- Quelle présence faut-il avoir au minimum sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Viadeo, Profils Google, Youtube, Dailymotion ... ?
- Stratégie de veille : pourquoi faut-il surveiller ce qu'on dit de vous sur Internet de votre marque, vos dirigeants, vos produits ?
- Comment mettre en place une veille efficace : revue des meilleurs outils ?

STRATEGIE DE REACTION

- Que faut-il faire en cas de crise ?
- Comment répondre à un blogueur, dans un forum ou sur les réseaux sociaux ?

STRATEGIE D'ACTION OFFENSIVE

- Comment créer une page Facebook ou autre ?
- Comment Tweeter efficacement ?

SE PREMUNIR DES RISQUES SUR LES RESEAUX SOCIAUX

- Gérer ses publications sensibles : audience et visibilité
- Veille

BILAN, EVALUATION ET SYNTHESE DE LA FORMATION