

Formation Gérer sa visibilité et sa réputation numérique

Présentation

Cette formation de 2 jours s'adresse aux professionnels souhaitant construire une présence numérique solide, stratégique et éthique, en intégrant les nouveaux usages digitaux, les outils d'analyse avancés et les enjeux de réputation.

Durée : 14,00 heures (2 jours)

Tarif INTRA : Nous consulter

Objectifs de la formation

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'accroître la réputation numérique de son entreprise

- Savoir utiliser les outils adaptés pour optimiser sa visibilité
- Analyser sa e-réputation
- Savoir utiliser l'IA, gérer des communautés engagées et créer des contenus inclusifs
- Gérer et contrôler la notoriété et la visibilité de l'entreprise / de la marque
- Protéger sa e-réputation ; anticiper les situations de crise

Prérequis

Connaissance des principaux réseaux sociaux

Public

Chargé / chef de communication / marketing / relations publiques / web

Toute personne étant amenée à effectuer des tâches liées au community management dans le cadre de son activité.

Programme de la formation

Jour 1 – Bâtir sa présence numérique avec stratégie et éthique



Introduction

- Présentation de la formation et des objectifs.
- Définition des attentes des participants.

Module 1 : Comprendre la visibilité et l'e-réputation aujourd'hui

- Définition : visibilité numérique vs e-réputation.
- Impacts positifs et risques pour une marque.
- Études de cas récents : influence des formats courts et de l'IA sur l'image de marque.

Module 2 : Maîtriser les plateformes et les comportements utilisateurs

- Comportements des clients et des communautés.
- Pourquoi et comment les avis sont rédigés et perçus.
- Focus sur les générations Z et Alpha : nouvelles attentes sociales.

Cas pratique : analyse de Reels, TikTok ou posts viraux ayant affecté l'e-réputation d'une marque.

Module 3 : Où se construit votre e-réputation ?

- Réseaux sociaux, sites d'avis, forums, dark social.
- Cartographie des canaux selon les cibles.

Cas pratique : adaptation d'un message selon le canal (TikTok vs LinkedIn vs site d'avis).

Module 4 : Intégrer les outils de veille et d'analyse

- Présentation d'outils : Brandwatch, Talkwalker, Google Alerts, Feedly, Mention.
- Introduction au social listening avec IA.

Cas pratique : création d'un tableau de bord d'analyse e-réputation avec KPIs clés.

Module 5 : Automatiser sans déshumaniser

- Utilisation stratégique de l'IA (chatbots, rédaction assistée, génération de contenus).
- Éthique, transparence et limites de l'automatisation.

Atelier : rédaction d'un post généré par IA et validation selon une charte éthique.

Jour 2 – Créer, modérer, réagir – gérer sa réputation activement

Module 6 : Construire une communauté engagée et inclusive

- Règles de bonne conduite, charte de modération et posture de marque.
- Valoriser l'inclusion et la diversité dans la ligne éditoriale.

Atelier : conception d'une mini-chartre éditoriale responsable.

Module 7 : Prendre la parole avec justesse

- Savoir s'exprimer en tant que marque/personne.
- Savoir répondre aux avis (positifs, neutres, négatifs).
- Réactivité vs pertinence : où poser les limites ?

Cas pratique : réponses à des avis/reviews avec adaptation du ton.

Module 8 : Anticiper les crises, y répondre avec méthode

- Typologies de crises : réputationnelles, sociétales, éthiques.
- Protocole de gestion de crise numérique.
- Utiliser la data pour prévenir et réagir.

Cas pratique : simulation d'une gestion de crise (bad buzz sur TikTok ou X/Twitter).

Module 9 : Communication responsable et cadre légal

- Rappel sur les responsabilités légales en ligne.
- Loi sur les contenus haineux, protection des données, droit à l'image.
- Inclusion et accessibilité numérique : règles de base.

Module 10 : Atelier de synthèse

- Élaboration d'un mini-plan de visibilité et réputation numérique.
- Retour d'expérience sur les pratiques actuelles et axes d'amélioration.

Organisation

Formateur

Les formateurs de Docaposte Institute sont des experts de leur domaine, disposant d'une expérience terrain qu'ils enrichissent continuellement. Leurs connaissances techniques et pédagogiques sont rigoureusement validées en amont par nos référents internes. Riches de leur expérience sur le sujet, ils sauront accompagner vos collaborateurs dans leur montée en compétences.

Moyens pédagogiques et techniques

- Alternance d'apports théoriques et de mises en pratique contextualisées.
- Progression pédagogique structurée, de la compréhension à la mise en œuvre opérationnelle.
- Pédagogie immersive favorisant une mise en application immédiate des compétences.
- Formation interactive et participative s'appuyant sur des ateliers pratiques, études de cas et échanges collectifs (+ 60 % du temps de formation.)
- Séquences pédagogiques rythmées et évaluations formatives régulières pour renforcer l'ancrage des apprentissages.
- Supports de cours, ressources documentaires et références mis à disposition par le formateur

Dispositif de suivi de l'exécution et de l'évaluation des résultats de la formation

En amont de la formation :

- Recueil des besoins des apprenants afin de disposer des informations essentielles au bon déroulement de la formation (profil, niveau, attentes particulières...).
- Auto-positionnement des apprenants afin de mesurer le niveau de départ.

Tout au long de la formation :

- Évaluation continue des acquis avec des questions orales, des exercices, des QCM, des cas pratiques ou mises en situation...

A la fin de la formation :

- Auto-positionnement des apprenants afin de mesurer l'acquisition des compétences.
- Évaluation par le formateur des compétences acquises par les apprenants.
- Questionnaire de satisfaction à chaud afin de recueillir la satisfaction des apprenants à l'issue de la formation.

- Questionnaire de satisfaction à froid afin d'évaluer les apports ancrés de la formation et leurs mises en application au quotidien.

Accessibilité

Nos formations peuvent être adaptées à certaines conditions de handicap. Nous contacter pour toute information et demande spécifique.