

## La E-réputation

### Durée de la formation :

1 jour (7h)

### Horaires de formation :

08h45 - 12h30 / 13h45 - 17h00

### Pré-requis :

Bonne connaissance de l'outil internet

### Objectifs :

Mesurer l'impact des sites d'avis, des sites de partage, des forums des blogs et des réseaux sociaux dans le processus d'achat des internautes. Mettre en place des outils de veille. Savoir réagir aux critiques et aux commentaires positifs. Comprendre l'importance de la recommandation client sur Internet. Comprendre les nouveaux comportements en matière de recommandation sur internet induits par l'internet mobile et les réseaux sociaux. Connaître la législation en matière de « e-réputation »

### Cours suivant :

-

### Pour vous inscrire

Tel : 04 78 14 19 19

Email : [amra.info@atoutmajeur-ra.com](mailto:amra.info@atoutmajeur-ra.com)

Renseignement et planning des formations :

[www.atoutmajeur.com](http://www.atoutmajeur.com)

### Module 1 : Contexte et enjeux de la e-réputation

L'influence des sites d'avis, de partage, forums, blogs et réseaux sociaux dans la préparation de séjour des internautes.

Leurs spécificités en termes de cibles

Les leviers qui permettent d'agir sur sa e-réputation.

### Module 2 : Repérer les principaux outils et sites influents

Les sites d'avis

Google Maps

Les Blogs

Les Forums

Les sites de partage multimédia (Youtube, flickr, dailymotion)

Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Viadéo, LinkedIn)

### Module 3 : Présentation des principaux outils et techniques de veille

Présentation des outils de veille : flux rss, netvibes, googles alerts, social mention, trackur, google discussions...

Mise en place de ces outils

Configuration des comptes sur les principaux sites d'avis.

Mise en place de widgets sur son site web.

Configuration d'un tableau de bord sur Netvibes.

Configuration des alertes (Google Alerts, Social mention...).

Les outils de recherche spécialisés (Tackur, Board Reader, ...)

### Module 4 : Le cadre juridique de la protection de l'e-réputation

Importance d'une veille régulière en matière d'injure ou de diffamation sur internet

Les risques liés à la recherche du « buzz » et les limites du droit à l'information

Les faux avis de consommateurs sur internet

La loi HADOPI et la responsabilité des responsables de publication d'un forum de discussion