

E-réputation et Identité numérique

OBJECTIFS

La formation vise à transmettre des concepts pour comprendre les enjeux de l'e-réputation et des outils pour développer et maîtriser son image.



À l'issue de la formation les participants seront en mesure :

- de comprendre les enjeux de la réputation numérique
- d'appréhender la réputation numérique dans une perspective stratégique
- de mettre en place des processus de contrôle et de suivi de cette réputation
- de se positionner spontanément dans une perspective web

Public concerné :

- Entrepreneurs, créateurs d'entreprises ou de start up ;
- Responsables numériques de collectivités territoriales ;
- Web-marketeurs, responsables marketing ou communication-digitale ;
- Cadres supérieurs ou dirigeants cherchant à accompagner le développement de nouvelles pratiques professionnelles

La formation peut être orientée vers les enjeux spécifiques d'une organisation ou d'un secteur (santé, administration publique, police, etc.)

Durée : 1 journée (7h)

CONTENU



Impossible d'y échapper : marques, institutions et individus possèdent une existence numérique. Avis de consommateurs, sites de conseils, page Facebook, CV en ligne, l'existence numérique a pris ces dernières années une importance considérable et ne peut plus être ignorée par les professionnels.

Les réseaux sociaux participent désormais de plein droit à l'activité des entreprises et des collectivités. Ils influencent leur organisation, permettent des gains de compétitivité, de temps, modifient les modalités de prise de contact, de recrutement, de prospection. Ils impliquent le développement de nouvelles fonctions et de nouvelles compétences.

Dans ce contexte, il est essentiel de comprendre comment se constitue une identité numérique, comment la maintenir, la diffuser et savoir réagir de façon appropriée aux critiques.

La formation propose un ensemble de moyens théoriques, pratiques et techniques à disposition des professionnels pour se saisir de cette problématique et en affronter les enjeux au jour le jour.

Elle développe :

- une typologie des concepts (réputation, identité numérique) ;
- une typologie des usages (présence froide, relationnelle, etc.) ;
- une typologie des outils techniques
- une présentation des enjeux juridiques (responsabilités éditoriales, propriété intellectuelle, statuts d'éditeur et d'hébergeur, etc.) ;
- une étude de cas et de situations spécifiques (réponse à des attaques, etc.)
- une réflexion sur la nature de ces réseaux menée tout au long de la formation

Il s'agit de faire émerger la demande et les besoins des participants afin de leur permettre de comprendre les enjeux spécifiques de leur présence numérique. Le but est-il d'abord quantitatif (référencement) ? Quel est le rôle de l'interface numérique pour leur projet ? Etc....

Le formateur se donne pour mission d'aider les participants à s'approprier non seulement les outils, mais surtout la démarche et le mode de pensée propre à la présence numérique. Celle-ci est

inséparable d'une réflexion stratégique. Elle implique l'identité-même d'une structure et la façon dont celle-ci se projette.

TARIFS

- Intra : à partir de 1440 TTC euros la journée pour l'animation

- Inter : 480 euros TTC par personne

Remise de 20% à partir de la seconde personne d'une même institution inscrite

Repas compris : 30 euros par personne



INTERVENANT



THIBAUD ZUPPINGER est docteur en philosophie, spécialisé sur les questions d'éthique et de société. Il est également le directeur de la revue *Implications philosophiques*, l'une des principales ressources électroniques francophones en philosophie. Il coordonne par ailleurs à la Sorbonne un séminaire consacré aux cultures numériques et leurs mutations.

Ou

EMMANUELLE IGER est titulaire d'un master de lettres, arts, langues et communication et d'un master de sciences humaines et sociales de l'université Lille-III. Elle a exercé des fonctions de responsable de projets web dans plusieurs sociétés. Elle poursuit actuellement cette activité en freelance.

PROGRAMME

MATINÉE

E-réputation et identité numérique :

- Nouveaux usages web et nouveaux paradigmes
- Enjeux de la présence numérique 1 : études d'impact, mutation des modèles et des métiers
- Enjeux de la présence numérique 2 : identifier les opportunités et les risques

Étude de cas 1

E-réputation : un entrelacement de liens et d'outils :

- Réseaux sociaux (Twitter), canaux multimédias (YouTube), espaces de discussion
- Fonctions et missions (1) : veille, communication, dialogue, etc.
- Fonctions et missions (2) : community manager, curateur de contenus, etc.

APRÈS-MIDI

Opportunités et risques :

- Campagnes promotionnelles, stratégies transmédia, marketing viral
- Action de crise et communication sensible
- Trouver son positionnement

Étude de cas 2

Concevoir l'e-réputation dans la durée :

- Les clefs de l'évolutivité
- Passer de la réactivité à la proactivité
- Détecter les signaux faibles, individualiser les interactions

Réputation et identité

- Adapter son discours à ses valeurs
- *Esse et percipi*

