

RÉUSSIR LE BUZZ ET LA GESTION DE CRISE

Durée

1 jour

Référence Formation

5-NO-BUZZ

Objectifs

Savoir créer une stratégie de marketing viral
Réagir en cas de « bad buzz »

Participants

Webmaster, service marketing et communication

Pré-requis

Connaissance des réseaux sociaux

PROGRAMME

- Présentation de la formation, des participants et de leurs attentes spécifiques
- Le paysage média change
- Le paysage média change
- L'avènement du consomm'acteur : bouleversement de la relation marque-consommateur
- Les médias traditionnels et "nouveaux médias"
- Le nouveau profil du consommateur
- La marque en 2021
- Enjeux du marketing viral
- La démultiplication des risques et des opportunités
- Construire une stratégie de buzz marketing digital
- Clarifier ses objectifs
- Gérer les ressources clefs : interne et externe
- Etude de cas de marketing digital réussi
- Les enjeux de la e-réputation
- Les enjeux de la e-réputation
- Sélection des outils de veille
- L'analyse
- Méthodologie: anticipation, écoute, action/réaction, prise de parole
- Réagir en cas de crise : manager le bad buzz
- Concevoir une campagne virale
- Concevoir une campagne virale
- Bonnes pratiques et études de cas
- Activer ses campagnes : l'influence digitale
- Les prescripteurs, les influenceurs
- Les blogs et le microblogging au cœur de l'influence
- Le phénomène communautaire : transformer vos clients en fans
- Créer des ambassadeurs de marque, Facebook & Twitter
- Créer votre propre communauté/blog de marque
- L'art du community management
- Evaluer le ROI de vos campagnes buzz marketing
- Bilan, évaluation et synthèse de la formation
- Bilan, évaluation et synthèse de la formation

Moyens pédagogiques



Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation équipée d'un vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard ainsi qu'un ordinateur par participant pour les formations informatiques.

Positionnement préalable oral ou écrit sous forme de tests d'évaluation, feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation.

En fin de stage : QCM, exercices pratiques ou mises en situation professionnelle, questionnaire de satisfaction, attestation de stage, support de cours remis à chaque participant.

Formateur expert dans son domaine d'intervention

Apports théoriques et exercices pratiques du formateur

Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle des participants

Réflexion de groupe et travail d'échanges avec les participants

Pour les formations à distance : Classe virtuelle organisée principalement avec l'outil ZOOM. Assistance technique et pédagogique : envoi des coordonnées du formateur par mail avant le début de la formation pour accompagner le bénéficiaire dans le déroulement de son parcours à distance.

