

Réussir le buzz et la gestion de crise

Référence : 5-NO-BUZZ

Durée : 1 Jour

Objectifs

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

Prérequis

- Connaissance des réseaux sociaux

Public

- Webmaster, service marketing et communication

Moyens pédagogiques

- Formateur expert dans le domaine
- Pédagogie participative et active, support de cours remis à chaque participant, vidéo projecteur, tableau blanc et paperboard
- Feuille de présence signée en demi-journée, évaluation des acquis tout au long de la formation, questionnaire de satisfaction, attestation de stage

Choisir AGINIUS

C'est choisir la **proximité** avec une capacité d'intervention dans 100 villes en France et 45 centres accueillant les interentreprises.

C'est choisir la **compétence** avec plus de 300 experts dans différents domaines : une offre de formation de plus de 400 programmes standards, une élaboration sur mesure de programmes spécifiques en fonction de vos besoins en intraentreprises, une clientèle allant au-delà de 5000 entreprises, administrations et collectivités locales.

C'est choisir un **réseau** assurant une réelle capacité logistique avec plus de 200 salles équipées et une capacité d'accueil avec 2000 stagiaires par jour...

Programme

1. Le paysage média change

- L'avènement du consomm'acteur : bouleversement de la relation marque-consommateur
- Les médias traditionnels remis en cause, l'émergence de nouveaux médias
- Le nouveau profil du consommateur
- L'importance de la marque
- Enjeux du marketing viral
- La démultiplication des risques et des opportunités

2. Construire une stratégie de buzz marketing 2.0

- Clarifier ses objectifs
- Gérer les ressources clés : interne et externe

3. Etude de cas du marketing 2.0 réussi

4. Les enjeux de la e-réputation

- Sélection des outils de veille
- L'analyse
- Méthodologie: anticipation, écoute, action/réaction, prise de parole

5. Réagir en cas de crise : manager le bad buzz

6. Concevoir une campagne virale

- Bonnes pratiques et études de cas

7. Activer ses campagnes : l'influence digitale

- Les prescripteurs, les influenceurs
- Les blogs et le microblogging au coeur de l'influence

8. 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

9. Evaluer le ROI de vos campagnes buzz marketing

Prochaines sessions inter-entreprises