

# E-réputation

## Contexte

---

Le développement des nouveaux modes de communication via les réseaux sociaux, génèrent des risques d'atteinte à l'image des établissements et des professionnels.

Veiller à sa e-réputation, la valoriser et la gérer, constituent un enjeu important au sein des établissements sanitaires, sociaux et médico-sociaux.

## Objectifs

---

- Objectif n°1 : mesurer, gérer et valoriser son e-réputation.
- Objectif n°2 : élaborer une stratégie de présence et de positionnement sur les réseaux sociaux.
- Objectif n°3 : connaître les principaux aspects juridiques et réglementaires.
- Objectif n°4 : organiser sa veille d'e-réputation.

## Programme

---

### Matin :

- évaluation des connaissances ;
- définition de l'e-réputation ;
- les sources d'influence (google review, twitter, linkedin, scope santé, presse en ligne, hospitalidee, forums..) ;
- l'évolution de l'expérience patient ;
- influence et gestion des avis de patients ;
- le rôle des salariés et les risques potentiels ;
- les impacts sur l'établissement ;
- réagir à un bad buzz ;
- définition et mise en place d'une communication de crise ;
- tenter de transformer un « bad buzz » en « good buzz » ;
- les limites de la communication de crise sur les réseaux sociaux ;
- la gestion de l'après-crise et les bonnes pratiques à adopter.

### Après midi :

- Choisir et construire les indicateurs d'e-réputation.
- Evaluer le dispositif de veille : bon fonctionnement et performance.
- Comment réagir juridiquement à une atteinte de réputation sur internet ?

- Quelles sont les solutions juridiques et les moyens à mobiliser (porter plainte pour diffamation par exemple) ?
- Quelles sont les solutions techniques : référencement, diffusion de contenu ?
- Comment engager une conversation avec les internautes : quels sont les principes ?
- Connaître et identifier les sources les plus critiques.
- Quels outils pour une veille active : Système d'alerte, flux RSS, outils de curation.
- Programmer un outil de veille : recherche et organisation des sources, mise en place des requêtes, préparer des scénarios de réponse.

**Public**

**Professionnels en charge de la communication externe via les réseaux sociaux**

**Exercice**

**2024**

**Nature**

**AFR**

**Organisé par**

**EMS**

**Durée**

**7 heures**