

Dirección de la Reputación Online de la Empresa (ORM)

TEMA 01 LA REPUTACIÓN CORPORATIVA EN LA ERA DIGITAL

- Evaluación del contexto: tipos de organización vs. reputación
- Los nuevos valores digitales, la empresa y su RSC
- La reputación digital dentro de la reputación corporativa
- El nuevo consumidor y su poder de impacto

TEMA 02 IDENTIDAD, POSICIONAMIENTO Y REPUTACIÓN

- Diferencias entre identidad y reputación
- Diferencias entre identidad de marca e identidad corporativa
- El ADN de marca: visión, misión y valores
- Posicionamiento online de la marca
- Definición y análisis de stakeholders
- ORM: definición y bases de la reputación digital
- Las fuerzas de impacto en la reputación

TEMA 03 EL PLAN DE REPUTACIÓN DIGITAL, EJECUCIÓN Y ANÁLISIS

- El plan de gestión de la ORM
- Fases y metodología de un plan de reputación on-line
- Empezando por la escucha activa
- Qué, dónde y cómo escuchar: soportes y medios
- Identificación de líderes de opinión, influencers y social shakers
- El plan de monitorización de la escucha activa
- Herramientas para la escucha activa
- Valoración del mensaje y su extensión/alcance

TEMA 04 HERRAMIENTAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA REPUTACIÓN DIGITAL

- El SEO como cimientos de la reputación digital
- El Buzz Marketing y la reputación digital
- User generated content y tipologías de usuarios
- Marketing de influencers para ORM
- Métodos de acción según resultados

TEMA 05 DEFINICIÓN DE CRISIS Y DE SUS RESPONSABLES

- Qué es crisis y qué no es crisis de reputación digital
- Tipos de crisis: crítica, conflicto y crisis
- No alimentes a los trolls
- El comité de crisis
- Responsables de cada fase de la crisis

TEMA 06 ANTES DE LA CRISIS

- La prevención como arma ante una posible crisis
- Identificación de detonadores de crisis de reputación
- Creación del manual de crisis
- Simulación de crisis

TEMA 07 DURANTE LA CRISIS

- Análisis de situación y dimensión
- Qué hacer, cómo y donde
- Responsabilidad del director durante una crisis
- Prioridades durante una crisis
- Elaboración de redaccionales
- Cómo relacionarse con los medios, best practices

TEMA 08 DESPUÉS DE LA CRISIS

- Análisis de repercusión en la reputación
- Actualizando el plan de crisis
- Elaboración de redaccionales post crisis
- El SEO tras la crisis
- Monitorizando la crisis y diluyendo su impacto
- Herramientas de monitorización de la reputación