

## STRATÉGIE D'INFLUENCE TRAVAILLER AVEC DES INFLUENCEURS

2 jours (14 heures en présentiel ou 14 heures à distance en classe virtuelle)

### Compétences visées

Identifier les bases de l'influence marketing et les outils pour lancer une campagne d'influence et promouvoir un événement ou un produit avec un influenceur.

### Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet d'identifier les bases de l'influence marketing, l'influenceur/influenceuse adéquat à votre campagne d'influence, les outils pour lancer une campagne d'influence, de promouvoir un événement ou un produit avec un influenceur.

### Population visée

Responsable Marketing, responsable communication, responsable SAV, et toute personne souhaitant acquérir ou approfondir sa réflexion sur la gestion et l'animation de communautés dans une stratégie de communication Web 2.0.

### Pré-requis

Une connaissance des principaux aspects liés aux média sociaux et au marketing sur Internet.

### Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, complété d'un audit de niveau via un formulaire à remplir, soumis à l'analyse du formateur-référent.

### Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est envoyé en fin de stage (vidéos tutorielles et/ou support spécifique). La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices applicatifs et/ou ateliers.

### Formateur

Formateur, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des nouvelles tendances médias.

### Modalités de validation des acquis

Évaluation continue via des exercices applicatifs et/ou des ateliers de mise en pratique.  
Évaluation en fin de stage par la complétion d'un questionnaire et/ou d'une certification officielle issue du Répertoire Spécifique.  
Émargement quotidien d'une feuille de présence (en présentiel ou en ligne).  
Complétion par le formateur/la formatrice d'un suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques.  
Remise d'une attestation individuelle de réalisation.

### Contenu

#### Comment débiter dans l'influence marketing ?

- Définition du marketing d'influence : comprendre les enjeux et connaître les chiffres clés du marché
- Identifier l'influenceur idéal pour sa marque et sa communauté
- Choisir le dispositif adéquat : Offrir un partenariat win/win et SMART
- Créer un contenu pertinent, exclusif et viral pour maximiser ses chances de réussite

#### Quand et pourquoi faire appel aux influenceurs et influenceuses ?

- Etablir une synergie entre votre stratégie sur les Réseaux sociaux et le marketing d'influence
- Facebook, Youtube, Instagram, Snapchat, Twitter, TikTok... comment choisir les bons médias d'influence ?
- Quid des blogs, des forums et des medias en ligne (e-RP)
- Est-il possible de faire de l'influence marketing en B2B ?

#### Avec quels outils lancer une campagne d'influence ?

- Découvrez les fonctionnalités des plates formes de marketing d'influence
- Respecter les étapes clés d'une campagne d'influence réussie
- La recherche des influenceurs/L'activation de la campagne/La contractualisation
- La mesure de la performance d'une campagne d'influence
- Quelques exemples de campagnes réussies / best practices

#### Comment promouvoir un événement ou un produit avec un influenceur ?

- Définir les niveaux d'influence : quelques metrics clés
- Quelle est la différence entre un influenceur et un KOL ?
- Enjeux de la Micro-influence vs la Macro-influence
- L'Adviser : un nouveau type d'influenceur
- Le Nano-Influenceur, un levier de croissance d'avenir ?

#### Workshop : Création d'un post performant sur les Réseaux sociaux