



FORMATIONS COURTES

PERFECTIONNEMENT



Ref. : C19INFLUENCE

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1530
€ HT

Repas inclus

Code Dokelio : 48852

MARKETING D'INFLUENCE : ACCROÎTRE SA NOTORIÉTÉ ET SA VISIBILITÉ

Développer et mobiliser sa communauté d'influenceurs

Leaders d'opinion, faiseurs de tendances, experts d'une catégorie, les influenceurs ont la capacité de modifier la perception et d'avoir une influence d'achat auprès d'une communauté engagée. Le marketing d'influence consiste à utiliser ces e-influenceurs comme relais pour accroître positivement l'image d'une marque afin d'espérer un retour en termes de trafic et/ou financier.

OBJECTIFS

- Repérer, contacter et nouer des relations gagnant-gagnant avec les influenceurs.
- Mobiliser un réseau d'influenceurs et maximiser la puissance de son contenu.
- Gérer l'e-reputation de sa marque et gagner en visibilité.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables marketing digital, chargé(e)s de communication, chefs de produits.

COMPÉTENCES ACQUISES

Approprier les concepts fondamentaux du marketing d'influence.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

- E-quiz amont
- Présentiel
- E-quiz aval

PROGRAMME

Marketing d'influence : accroître sa notoriété et sa visibilité

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- Comment bien gérer l'e-réputation de sa marque ?

Intégrer les enjeux du marketing d'influence

- Analyser les tendances de la communication de marque et du social media marketing.
- Définir le marketing d'influence et sa coordination avec la stratégie de marque.
- Étude de cas : appréhender les opportunités et risques liés au marketing d'influence.

Détecter les influenceurs

- Du macro-influenceurs au nano-influenceurs : comprendre les typologies d'influenceurs.
- Le boom des micro-influenceurs : chiffres clés et spécificités.
- S'appuyer sur des agences et plateformes spécialisées : benchmark.
- Atelier : décrypter le profil, les publications et la communauté d'un influenceur.

Concevoir une stratégie d'influence efficace

- Atelier : cibler juste en concevant son persona et son buyer journey .
- Fixer ses objectifs.
- Élaborer sa stratégie de contenu.
- Déroulé & timing : fonctionner par projet.
- Atelier : choisir la plateforme et les influenceurs adaptés à ses objectifs.

Mobiliser un réseau d'influenceurs

- Atelier : prendre contact avec les influenceurs et comprendre leurs motivations.
- Mettre en place une relation win-win : bonnes pratiques.



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF

Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

CFPJ SAS - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 44 82 20 00 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 16



- Étude de cas : construire et développer sa communauté d'ambassadeurs-clients.
- Impliquer ses collègues : enjeux et risques.

Gérer l'e-reputation de sa marque

- Atelier : construire sa routine de veille.
- Piloter sa présence sur les médias sociaux.
- Générer de l'engagement.
- Définir et mettre en place une communication de crise.
- Atelier : suivre et mesurer sa e-reputation.

Contrôler et mesurer les résultats de ses actions

- Atelier : définir les indicateurs clés de performance.
- Tracker et analyser les données.
- Faire converger les metrics de l'influence avec la stratégie globale de marque.
- Sensibiliser en interne au potentiel et à l'impact business du marketing d'influence.

INTERVENANTS

Samantha NOYON

Samantha Noyon

Sébastien MOREL

Sébastien MOREL

Catherine MONTRADE

Directrice générale

CMP INSIGHTS

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

LIEUX ET DATES

Paris

24 et 25 oct. 2022

15 et 16 déc. 2022

