

Contact facturation : facturation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 48 01
Contact formation : formation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

Maîtriser le marketing d'influence

Objectif de la formation

- Comprendre les principaux enjeux du marketing d'influence
- Connaître et appréhender l'écosystème des influenceurs
- Maîtriser les différentes étapes d'une campagne d'influence
- Savoir capitaliser ses campagnes d'influence

A qui s'adresse la formation ?

Cette formation s'adresse :

- Aux professionnels du marketing
- Aux professionnels de la communication
- Social Media Manager
- Chefs de projet Web et Digital
- Community Manager
- Manager RP
- Dirigeants

Ou toute autre fonction amenée à mettre en place des campagnes d'influence.

Pré-requis :

- Maîtriser les fondamentaux d'une présence sur les médias sociaux
- Être inscrit dans une démarche de stratégie d'influence marketing et avoir déjà un projet dans ce sens (il sera intéressant en effet de partir d'un cas concret pour être dans une démarche proactive et commencer à établir son plan de communication).
- Être déjà sensibilisé à l'intérêt de faire appel à des influenceurs

Progression pédagogique :

Premier jour

1. Marketing d'influence, élément clé de la stratégie Social Media

- Comprendre les nouveaux enjeux de la communication de marque
- Maîtriser les concepts de persona marketing
- Connaître l'importance du marketing d'influence dans le plan de communication
- Evaluer l'adéquation des actions à mettre en place avec les objectifs de marque
- Savoir repérer les indicateurs sociaux pour déterminer l'impact d'une future campagne d'influence

2. Avant de se lancer dans une campagne d'influence marketing

- Comprendre l'importance d'une bonne veille
- Connaître l'importance de suivre et maîtriser son e-réputation

- Savoir anticiper et prévoir une gestion de crise
- Comprendre l'importance de l'analyse a posteriori d'une crise pour en tirer de bonnes pratiques et/ou affiner les différents scénarios possibles
- Apprendre à connaître ses communautés selon les plateformes

3. Le marketing d'influence

- Comprendre le marketing d'influence
- Définir l'influence et observer les tendances actuelles
- Le marketing d'influence vs la publicité digitale traditionnelle
- Les différentes approches et acteurs du marketing d'influence
- Les opportunités et risques du marketing d'influence
- L'importance de la veille sur les nouvelles pratiques de marketing d'influence et les nouvelles tendances

Deuxième jour

4. Les influenceurs

- Les différentes typologies d'influenceurs
- Le point sur la montée en puissance des influenceurs
- Les thématiques les plus populaires pour les influenceurs
- Comprendre les missions et les rôles des influenceurs
- Les outils pour détecter ses influenceurs
- Le point sur les attentes et motivations des influenceurs et de leurs communautés

5. Les relations influenceurs

- Identifier les leaders d'opinions grâce aux réseaux sociaux
- Savoir repérer les contenus riches pour ses propres médias
- Savoir établir une relation sur le long terme
- Comprendre comment prendre contact et motiver un influenceur
- Mettre en place une collaboration marque/influenceur
- Savoir instaurer une relation gagnant/gagnant

6. Concevoir sa stratégie d'influence

- Repérer des campagnes d'influence marketing efficaces et en tirer les bonnes pratiques
- Identifier les attentes des cibles et cartographier le parcours utilisateur
- La gestion de projet d'une campagne d'influence marketing selon la méthode QQQQCP
- Le point sur les agences d'influence marketing : faut-il y recourir ? Qu'en attendre ?
- Les outils de gestion de campagnes d'influence
- Analyser le parcours client et les sources d'influence
- Déployer une stratégie de contenu efficace
- Fixer des objectifs précis, cohérents avec sa stratégie de communication
- Définir des KPI pertinents pour évaluer les retombées de sa stratégie
- Définir un calendrier de déploiement de sa campagne
- Evaluer les résultats d'une campagne
- Exemples concrets

La formation sera animée par Isabelle Clément

Les moyens pédagogiques

Support de formation

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

Locaux - Matériel fourni

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.

Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

Convention de formation

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Durée de la formation

La durée totale de la formation est de **14 heures**.