

►►► Influence Marketing

Objectifs pédagogiques

- Connaître l'histoire et l'évolution de l'influence marketing, ainsi que les chiffres clés et les tendances actuelles du secteur.
- Maîtriser l'importance de la veille et du social media listening pour sélectionner les influenceurs stratégiques
- Utiliser la technologie et les outils appropriés pour optimiser la relation marque-influenceur.

Temps moyen de formation

5 heures

Système d'évaluation

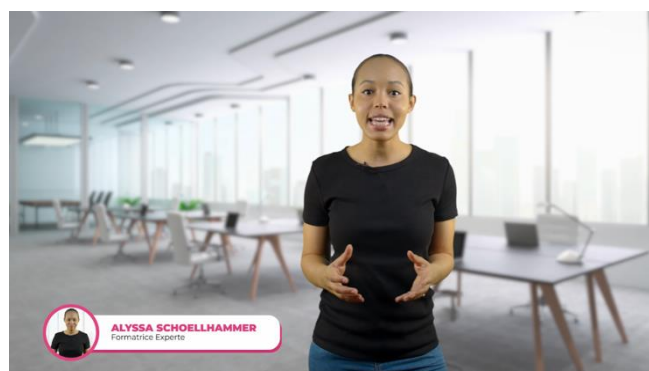
- Quiz composé de QCU

Pré requis technique

- Navigateur web : Edge, Chrome, Firefox, Safari
- Système d'exploitation : Mac ou PC, smartphone, tablettes

Technologie

- Vidéo
- Norme SCORM



►►► **Détail Formation : Influence Marketing**

Les fondamentaux de l'influence marketing

Introduction

- Présentation
- Programme de la formation
- Objectifs de la formation

Les notions fondamentales de l'influence marketing

- L'influence marketing
- L'influence
- L'influenceur
- Pourquoi utiliser l'influence marketing pour promouvoir votre marque ?
- Comment gérer la relation avec l'influenceur ?
- Le marketing authentique à l'origine de la popularité de l'influence

Cartographier les influenceurs

- Typologie des influenceurs : la pyramide consumériste virale
- Comment se caractérise le buzz marketing ou marketing viral ?
- Comment fonctionne le buzz ?
- Le profil type de l'e-influenceur
- Les 5 types d'influenceurs selon Lisa Barone
- Qu'est-ce qu'une agence spécialisée dans l'influence marketing ?
- Les 4 types d'influenceurs en agence
- Instagramer, youtuber, tiktokeur, quelles différences ?
- Les 5 rôles des influenceurs dans le Content Marketing

Histoire de l'influence marketing

- Enjeux sociologiques
- Enjeux psychologiques
- L'économie comportementale
- Comment sont nés les influenceurs ? – Partie 1
- Comment sont nés les influenceurs ? – Partie 2
- Étude de cas : l'Effet Chiara Ferragni
- Les différentes sortes de partenariat
- Que peut-on envisager pour l'avenir de l'influence marketing ?

Chiffres clés et tendances actuelles

- Chiffres clés
- Tendances du secteur de l'influence marketing

Accroître sa notoriété et sa visibilité

Appréhender les opportunités et les risques liés à l'influence marketing

- Définir l'influence marketing et sa coordination avec la stratégie
- Distinguer les vrais influenceurs des faux

La puissance de la veille et du social media listening dans le choix stratégique des influenceurs

- L'importance de maîtriser sa e-réputation – Partie 1
- L'importance de maîtriser sa e-réputation – Partie 2
- L'importance de maîtriser sa e-réputation – Partie 3
- L'importance de faire de la veille pour détecter des influenceurs

Créer sa première campagne d'influence

Étape n°1 : Cadrage stratégique

- Définir vos objectifs de campagne
- Analyser votre base de clients
- Cibler votre audience

Étape n°2 : Choix et budgétisation des actions

- Les différentes actions marketing envisageables
- Le choix des plateformes

Étape n°3 : Rédiger votre liste d'influenceurs

- Analyser les influenceurs
- Les plateformes où choisir les influenceurs

Étape n°4 : Entamer la relation avec l'influenceur

- Amorcer la prise de contact
- Contacter l'influenceur

Étape n°5 : Négocier et contractualiser

- Enjeux contractuels

Étape n°6 : Gestion de la campagne

- Définir des dates précises
- Rédiger une planification créative
- Analyse des performances des campagnes
- Les erreurs à éviter pendant la campagne

Consolider la relation influenceur-marque

Pérenniser les relations entre marque et influenceur

- Poser le cadre pour des relations durables
- Développer une stratégie de l'influence marketing sur du long terme
- Les avantages d'une stratégie à long terme
- Identifier les campagnes efficaces de longue durée
- 3 clés pour réussir vos collaborations longues
- Travailler avec les agences
- Communiquer pendant les temps forts de l'année
- Comment amener un influenceur à partager vos contenus régulièrement ?

Consolider la relation influenceur-marque (suite)

Mettre la technologie au service de la relation marque-influenceur

- Exemples de campagnes qui façonnent la relation entre un influenceur et une marque
- Avoir une vision stratégique tournée vers l'avenir
- Le rôle de la technologie dans la relation influenceur-marque
- Conclusion