

►►► 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.

Public

Toute personne souhaitant acquérir des compétences relatives à la formation « Influence Marketing »

Temps moyen de formation

5 heures

Evaluation de l'action

Evaluation de positionnement
 Evaluation au cours de la formation
 Evaluation post formation

Suivi de l'action

Certificat d'acquis de formation
 Attestation de formation
 Attestation de compétences
 Attestation de parcours
 Résultat des évaluations
 Certificat de réalisation

Pré requis technique

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

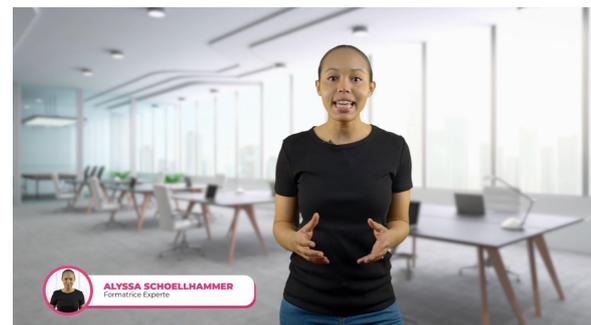
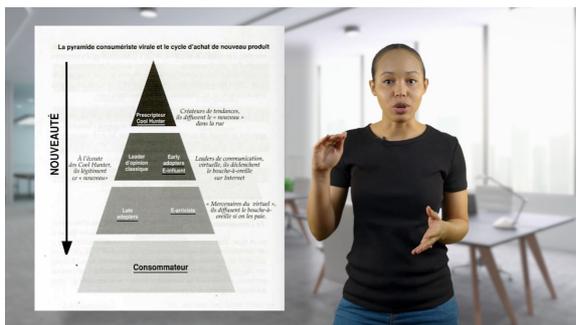
Technologie

- Vidéo
- Norme SCORM

Accessibilité

Pour toute demande d'aménagement ou de compensation, merci de contacter notre référent handicap Madame GRAFFAGNINO Cloé (cloe@711academy.fr)

Tarif : 990 €



►►► **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