

Marketing d'influence : promouvoir sa marque avec les influenceurs

Date et durée
Code formation : MK09FR Durée : 2 jours Nombre d'heures : 14 heures
Description
<p>Dans un univers où les réseaux sociaux structurent la communication digitale, le marketing d'influence est devenu un levier incontournable pour gagner en visibilité et toucher des audiences ultra-ciblées. Cette formation intensive de deux jours vous donne les clés pour concevoir, piloter et optimiser une campagne d'influence de A à Z. Vous saurez transformer une simple collaboration en un partenariat stratégique, pérenne et mesurable. Le programme orienté sur la pratique et les résultats, vous fera passer d'une familiarité avec les réseaux sociaux à une maîtrise complète du marketing d'influence. Vous naviguerez à travers les étapes cruciales, de l'identification des meilleurs profils à la négociation des partenariats, en passant par la conception de contenus percutants.</p> <p>En fin de formation, vous saurez lancer, suivre et analyser les performances de vos campagnes. Cette approche interactive vous permettra d'acquérir les compétences nécessaires pour maximiser votre retour sur investissement et optimiser vos futures actions.</p>
Objectifs
<p>À l'issue de cette formation en marketing d'Influence, vous atteindrez les objectifs de compétences suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">• comprendre les fondamentaux du marketing d'influence et ses avantages pour votre marque ;• sélectionner les influenceurs qui correspondent le mieux à votre marque et à votre audience ;• définir et mettre en œuvre une stratégie de collaboration pour des partenariats efficaces ;• concevoir des contenus engageants en collaboration avec des influenceurs pour maximiser l'impact ;• lancer et suivre les performances de votre campagne en temps réel ;• mesurer le retour sur investissement (ROI) et optimiser vos actions futures pour des résultats durables.
Points forts
<ul style="list-style-type: none">• Une approche pratique et axée sur les résultats : la formation est conçue pour une application immédiate de vos connaissances et de vos compétences.• Des cas concrets et inspirants : vous découvrirez des exemples réels pour une stratégie d'influence efficace.• Un formateur expert : la formation est animée par un expert en stratégie digitale et en marketing d'influence.• Un support pédagogique complet : vous disposez d'un support de cours complet et opérationnel pour vous accompagner après la formation.
Modalités d'évaluation

Pré-requis

Suivre cette formation nécessite les prérequis recommandés suivants :

- **Connaissances de base en marketing** : posséder des bases solides en marketing stratégique (concepts fondamentaux, segmentation, positionnement, etc.) ;
- **Familiarité avec les réseaux sociaux** : être à l'aise avec les réseaux sociaux (fonctionnalités, usages, tendances) et avoir une bonne compréhension de leur écosystème.

Public

Cette formation s'adresse à toute personne impliquée dans la stratégie marketing et digitale, incluant :

- les **responsables marketing et communication** qui cherchent à intégrer le marketing d'influence dans leur stratégie ;
- les **chefs de produit ou de projet** qui souhaitent développer des partenariats pour promouvoir des lancements ou des initiatives ;
- toute personne qui désire monter en compétence sur la **promotion de marques via les réseaux sociaux**.

Programme

Module 1 : concevoir et structurer sa stratégie d'influence

- Qu'est-ce que le marketing d'influence et ses avantages.
- L'utilisation d'outils d'analyse de l'audience et de l'engagement.

Étude de cas

- Analyser des campagnes d'influence réussies pour en tirer des leçons.

Travaux pratiques

- Sélectionner des influenceurs pertinents pour votre marque.

Module 2 : déployer, optimiser et capitaliser sur ses campagnes

- La définition d'objectifs clairs et d'une proposition de valeur.
- La négociation et la mise en place de partenariats gagnant-gagnant.
- La maîtrise des bonnes pratiques pour la création de contenu avec les influenceurs.
- La gestion des droits d'utilisation du contenu.
- La mesure des KPI et du ROI, et la formulation de recommandations.

Travaux pratiques

- Lancer et suivre la performance d'une campagne en temps réel.