



2  
Jours

# L'impact des influenceurs - Marketing d'influence

dans COMMUNICATION - COMMUNICATION ON-LINE / Réf : PUB-ECOM-12

## Objectifs de la formation

- Examiner le fonctionnement du marketing d'influence
- Identifier les influenceurs et leurs attentes
- Définir une stratégie de marketing d'influence
- Concevoir un plan de communication efficace

## Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

### Jour 1 - Matin

#### 1. Comprendre le marketing d'influence

- Définition et conditions de réussite
- Repérer les tendances actuelles et les nouveaux enjeux liés à la communication digitale
- Comprendre comment utiliser cette technique

#### 2. Identifier les influenceurs

- Décrypter les différents profils d'influenceurs
- Repérer les attentes et motivations
- Comprendre les techniques permettant d'identifier et caractériser les influenceurs
- Mesurer l'influence (commentaires, recommandations, etc.)
- Anticiper les tendances grâce aux avis des influenceurs

### Jour 1 - Après-midi

#### 3. Etablir une relation gagnant/gagnant avec les influenceurs

- Contacter les influenceurs et développer des partenariats en fonction des besoins
- Argumenter pour motiver et fidéliser l'influenceur
- Créer de l'implication de la part des influenceurs

#### 4. Gérer les influenceurs

- Définir d'un commun accord des plans d'action
- Planifier les opérations
- Elaborer des outils de contrôle et de suivi
- Stimuler les influenceurs

### Jour 2 - Matin

#### 5. Définir sa stratégie d'influence

- Analyser l'historique client et repérer ses sources d'influence
- Fixer les objectifs à atteindre (définition des objectifs SMART)
- Elaborer les actions à mener par les influenceurs
- Savoir planifier les actions (rétroplanning, Gantt, etc.)
- Prévoir un tableau de bord pour évaluer les conditions de réussite

### Jour 2 - Après-midi

#### 6. Mobiliser sa communauté d'influenceurs

- Manager l'influenceur : les techniques de motivation
- Identifier les besoins, créer des leviers de motivation
- Les options de rémunérations et d'intéressement

#### 7. Concevoir une campagne de communication d'influence

- Intégrer les plateformes de marketing d'influence
- Définir le plan de communication (budget, supports, messages, storytelling, etc.)
- Identifier les indicateurs de performance
- Mesurer les résultats de l'opération



## Pré-requis

Avoir des connaissances de base en marketing et communication

## Public cible

Professionnels du marketing et de la communication, responsables commerciaux, dirigeants et chefs d'entreprise, chefs de projet Web ou digital, responsables/chargés de communication

## Pédagogie

### Méthodes pédagogiques

- Exercices d'autopositionnement, partages d'expériences interactifs entre stagiaires
- Supports théoriques et pratiques
- Mises en situation

### Modalités d'évaluation

- Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.
- L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.
- Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant.

