

MAÎTRISER LE MARKETING D'INFLUENCE : ORGANISER SA
VEILLE, RÉSEAU ET INFLUENCE_1653

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB1063
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Maîtriser le marketing d'influence : Les participants apprendront à organiser leur veille, à développer leur réseau et à utiliser l'influence pour renforcer la notoriété de leur entreprise et de leurs produits/services.

PROGRAMME

Introduction au marketing d'influence

- Définition du marketing d'influence.
- Importance du marketing d'influence dans la stratégie marketing d'une entreprise.
- Les différents types d'influenceurs.

Organisation de sa veille

- Définition de la veille.
- Les différents types de veille (concurrentielle, technologique, sectorielle...).
- Les outils de veille (Google Alertes, Feedly, Hootsuite...).
- Analyse et interprétation des résultats de la veille.

Construire et développer son réseau d'influence

- Identification des influenceurs pertinents pour l'entreprise.
- Les différentes façons d'entrer en contact avec les influenceurs.
- Comment créer des relations durables avec les influenceurs.
- Les erreurs à éviter dans la gestion de son réseau d'influence.

Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de marketing d'influence

- Comprendre les attentes des influenceurs et des audiences.
- Établir un plan d'action cohérent.
- Les différents types de collaborations avec les influenceurs (sponsoring, partenariat, affiliation...).
- Comment mesurer l'efficacité de sa stratégie de marketing d'influence.

Les règles juridiques et éthiques du marketing d'influence

- Les obligations légales en matière de publicité.
- Les règles éthiques de la collaboration avec les influenceurs.
- Comment éviter les risques liés à la transparence et l'authenticité des collaborations.

Travaux pratiques : Cas pratiques et mises en situation . Analyse de cas concrets de marketing d'influence



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux et les fondamentaux du marketing d'influence Savoir identifier les influenceurs pertinents pour son activité Maîtriser les différentes techniques pour organiser sa veille sur les influenceurs et les tendances Savoir établir une stratégie de collaboration avec les influenceurs en cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise Connaître les outils pour mesurer l'impact de la collaboration avec les influenceurs et optimiser sa stratégie de marketing d'influence

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chargés de communication, chefs de projet, webdesigners, webmasters

PRÉREQUIS

Avoir une connaissance des réseaux sociaux et des médias sociaux

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE

PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte